



**DIAGNOSTICO DEL TURISMO PLANIFICADO Y TURISMO
RECREATIVO EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E
HISTÓRICO DE SANTA MARTA
(1980 - 1995)**

**MAYOLIS ESTHER ARRIETA DAVILA
ROSMARY BRITO GUTIÉRREZ**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
SANTA MARTA D.T.C.H.
1995**

~~Tes.~~
~~955-E.A.~~
~~A775~~
EE
00135

019947

**DIAGNOSTICO DEL TURISMO PLANIFICADO Y TURISMO
RECREATIVO EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E
HISTÓRICO DE SANTA MARTA
(1980 - 1995)**

**MAYOLIS ESTHER ARRIETA DAVILA
ROSMARY BRITO GUTIÉRREZ**

Memoria de Grado para optar al título
de Economista Agrícola

Director
MIGUEL FUENTES AGAMEZ
Economista

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
SANTA MARTA D.T.C.H.
1995**

**LOS JURADOS EXAMINADORES DE LA PRESENTE MEMORIA DE
GRADO NO SE HARÁN RESPONSABLES DE LOS CONCEPTOS Y
JUICIOS EMITIDOS POR LAS ASPIRANTES AL TITULO**

NOTA DE ACEPTACION: _____

ERNESTO ROBLES PORTO
Jurado

GUSTAVO RODRÍGUEZ ECHEVERRÍA
Jurado

MIGUEL FUENTES AGAMEZ
Presidente

DEDICATORIA

Otorgo los méritos de la culminación de la presente Memoria de Grado dedicándosela a:

Mi Madre SUSANA DAVILA por su gran amor, devoción y noches de desvelo.

Las memorias de mi padre LUIS ANTONIO, mi hermana MARIBEL, mi abuela CLEOFE y mi tía CLAUDINA, por haber compartido en su existencia mis mejores años.

Mis hermanos ROGELIO, NOMAR y ENRIQUE LUIS, por acompañarme a cada paso y ser luz en mi camino.

GUILLERMO MADURO(q.e.p.d.) un gran amigo que me enseñó a vivir cada segundo de la vida como si fuera el último.

EBANYS y EDUARD GUERRA, por su incondicional amistad y apoyo.

MARÍA, ROSMARY, YAMILE, KATY, ALFONSO, REYNALDO, SHIRLEY, JESSICA, IVAN, EDITH, LUCHI, LUZ DARY, LUZ MARINA y PETRA, por ser para mi más valiosos que el mayor tesoro del mundo.

Al personal Administrativo, docente y discente del INSTITUTO "LA MILAGROSA", por la oportunidad de formar parte de su comunidad educativa.

MAYOLIS

DEDICATORIA

Este estudio lo dedico primero que todo a Dios por haberme dado salud y sabiduría en aquellos momentos de debilidad para seguir adelante.

En segundo lugar a mis padres GLADYS GUTIÉRREZ y VICENTE BRITO, que con su educación y constancia me formaron una persona seria, decidida y futurista.

A mis hermanos, primos y sobrinos, MILCIADES, MILDRETH, MARLENYS, MOISÉS, DANIEL, JOEL y JANNY; ofreciéndoles mis esfuerzos y apoyo para que más adelante les sirva de ejemplo para lograr sus objetivos en la vida.

A mis tíos RUTH BRITO y JAIRO SUAREZ por la acogida y ayuda brindada cuando más lo necesitaba.

A la compañera incondicional y amiga inseparable MAYOLIS ARRIENTA DAVILA; que con sus consejos me animaba a seguir adelante.

En primer lugar mis compañeros YAMILE, CASILDA, ALFONSO, REINALDO SHIRLYE y YESICA, a los docentes y aquellas personas que de alguna u otra forma contribuyeron a la culminación de nuestra investigación.

ROSMARY

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos:

Al personal administrativo de la CORPORACIÓN NACIONAL DE
TURISMO.

La EMPRESA DE TURISMO DE SANTA MARTA - ETURSA

La EMPRESA DE TURISMO COLOMBIANO - TURCOL

LA CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR DEL MAGDALENA

AL personal administrativo de COLDEPORTES

La PROMOTORA DE VACACIONES Y RECREACIÓN SOCIAL -
PROSOCIAL.

A MARTHA VIVES, Directora ejecutiva de ACODRES

A ALFONSO ÁVILA, Jefe de extranjería del DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE SEGURIDAD D.A.S.

Al Gremio gastronómico y hotelero de la ciudad.

A MIGUEL FUENTES AGAMEZ, Economista.

A GUSTAVO RODRÍGUEZ ECHEVERRÍA, Economista Agrícola.

A ERNESTO ROBLES PORTO, Economista Agrícola.

A ELIZABETH Y MIRYAM, Secretarias del Programa de Economía Agrícola.

Al Personal administrativo y docente de la UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	xxi
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	26
2. ESTADO DE DESARROLLO.....	30
3. MARCO CONCEPTUAL	35
3.1 MARCO CONCEPTUAL	35
3.1.1 Turismo.....	35
3.1.2 Actividad Turística.	36
3.1.3 Turística.....	36
3.1.4 Tiempo Libre.....	37
3.1.5 Recreación.....	37
3.1.6 Turismo Social - Recreativo.	38
3.1.7 Planificación.....	38
3.1.8 Turismo planificado.....	39
3.1.9 Productos turísticos.....	39

3.1.10. Facilitación turística.....	40
3.1.11. Accesibilidad.....	40
3.2 MARCO TEÓRICO.....	40
3.2.1 Escuela Económica Moderna del Turismo	40
3.2.2 Escuela Sociológica Moderna	42
4. JUSTIFICACIÓN.....	43
5. OBJETIVOS.....	45
5.1 OBJETIVO GENERAL	45
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	45
6. FORMULACION Y GRAFICACION DE HIPÓTESIS.....	47
6.1 HIPÓTESIS CENTRAL	47
6.2 HIPÓTESIS OPERACIONALES	47
6.3. GRAFICACION DE HIPÓTESIS	49
7. DISEÑO METODOLOGICO SEGÚN LA NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
7.1. SELECCIÓN Y MEDICIÓN DE VARIABLES DE ANÁLISIS	51
7.2 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO GEOGRÁFICO Y TEMPORAL DEL ESTUDIO.....	53
7.2 1 Determinación del Universo geográfico.....	53
7.2.2 Determinación del universo temporal	53
7.3 FORMA DE OBSERVAR LA POBLACIÓN	54
7.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS A UTILIZAR PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	56

7.4.1 Recolección de la Información.....	56
7.4.2 Técnicas y procedimientos de análisis.....	56
8. LIMITACIONES.....	58
9. EL FENÓMENO TURÍSTICO Y LA RECREACIÓN.....	60
9.1 FENÓMENOS SOCIOECONÓMICOS.....	60
9.2 MERCADO TURÍSTICO.....	61
9.2. 1 Oferta.....	62
9.2.2 Demanda.	62
9.2.3. Segmentación del mercado.	63
10. EL TURISMO PLANIFICADO	66
10.1 PROBLEMÁTICA DEL TURISMO PLANIFICADO.....	67
10.1.1 El turismo de olla.	67
10.1.2 Hotelería Paralela.....	69
10.2 ELEMENTOS DE DESARROLLO.....	70
10.2.1 Atractivos.....	70
10.2.2 Accesibilidad.....	79
10.2.3 Infraestructura urbana y turística.	80
10.2.4 Reorganización institucional	95
10.3 OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA	103
10.3.1 Oferta turística	103
10.3.2 Demanda Turística	116
10.3.3 Población.....	138
10.4 INDICE DE ESTACIONALIDAD.....	139
10.5 PLANEACION TURISTICA	140

10.5.1 Planes y programas de desarrollo.....	140
10.6 PARTICIPACIÓN EN EL PIB. EMPLEO	154
11 EL TURISMO RECREATIVO.....	161
11.1 PROBLEMÁTICA DEL TURISMO RECREATIVO	162
11.2 OFERTA Y DEMANDA RECREATIVA	162
11.2.1 Eventos Recreativos.....	164
11.3 USO DEL SUELO RECREACIONAL Y DE PARQUES	166
11.4 ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL	167
11.4.1 Cajamag	167
11.4.2 Prosocial.....	169
11.4.3. Coldeportes	172
11.5 PLANES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO	175
12 RECOMENDACIONES.....	178
13. CONCLUSIONES	180
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	183
ANEXOS	186

LISTA DE TABLAS

		Pág.
TABLA 1	Cuadro resumen de los usos generales del suelo año 2002	90
TABLA 2	Infraestructura hotelera	92
TABLA 3	Turismo Internacional	117
TABLA 4	Sitios turísticos de preferencia según la muestra (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	122
TABLA 5	Lugar de procedencia de los turistas nacionales encuestados en Santa Marta D.T.C.H.	128
TABLA 6	Lugar de procedencia de los turistas extranjeros encuestados en Santa Marta D.T.C.H.	130
TABLA 7	Factores positivos de la competitividad turística en Santa Marta D.T.C.H, según la muestra.	136
TABLA 8	Factores negativos de la competitividad turística en Santa Marta D.T.C.H, según la muestra.	137
TABLA 9	Proyectos de inversión turística 1989	143
TABLA 10	Otras necesidades turísticas 1989	144

TABLA 11	Programas y proyectos de promoción	148
TABLA 12	Flujo de inversión del distrito 1993-2000	149
TABLA 13	Empleos director generados en 25 hoteles de Santa Marta D.T.C.H. - 1995	156
TABLA 14	Empleos directos generados en 20 restaurantes de Santa Marta D.T.C.H. - 1995	157
TABLA 15	Empleos generados por proyectos	160
TABLA 16	Demanda de equipamiento para recreación	163
TABLA 17	Proyectos de inversión en recreación - 1989	176
TABLA 18	Programas y proyectos de promoción - 1993.	177

LISTAS DE FIGURAS

FIGURA 1	Recursos turísticos	Pág. 72
FIGURA 2	Evaluación de los servicios públicos, según la muestra (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	83
FIGURA 3	Segmentación del mercado según el sexo (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	123
FIGURA 4	Segmentación del mercado según la edad (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	124
FIGURA 5	Segmentación del mercado según el estado civil (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	126
FIGURA 6	Lugar de procedencia según la muestra (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	127
FIGURA 7	Segmentación del mercado según el motivo del viaje, muestra (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	132
FIGURA 8	Clasificación del hospedaje según la muestra (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	133
FIGURA 9	Conocimiento del inventario de recursos, según la muestra (n=96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.	134
FIGURA 10	Evaluación de la competitividad turística de Santa Marta, según la muestra (n=96 turistas).	135

LISTAS DE ANEXOS

		Pág.
ANEXO A	Formulario de encuestas	186
ANEXO B	Plano de Santa Marta centro histórico	189
ANEXO C	Plano de El Rodadero	190
ANEXO D	Ubicación geográfica de la Zona Franca de Pozos Colorados.	191

RESUMEN

El presente diagnóstico se realizó con el ánimo de establecer la situación actual que presenta el turismo planificado y el turismo recreativo en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, Departamento del Magdalena, Colombia.

Son entre otros, temas en ésta investigación nociones generales y problemáticas del turismo planificado y recreativo, mercadeo turístico, elementos de desarrollo, implementación de planes y programas, participación en el Producto Interno Bruto, nivel de inversión, índice de estacionalidad, inventario de recursos, perfil del visitante, etc.

Las bases teóricas del estudio corresponden a los postulados modernos sobre turismo. El diseño estadístico se efectuó a través de la estimación estadística, principio de máxima verosimilitud y límites de confianza para lo cual permitió la determinación de una muestra ($n=96$ turistas), sobre la cual se trabajó con encuestas para la obtención del perfil del visitante. Igualmente se contó con la colaboración de entidades como, la Empresa de Turismo de Santa Marta, Fondo Mixto

de Promoción, Caja de Compensación Familiar del Magdalena y la Promotora de Vacaciones y Recreación, Coldeportes.

Al final se pudo precisar que el estado actual del turismo planificado y recreativo obedece a la falta de trabajo en conjunto que desde tiempo atrás ha caracterizado a las administraciones distritales y las instituciones a cargo del desarrollo del sector turístico en la ciudad.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno que encierra altos valores económicos, políticos, culturales y sociales. Por los efectos que tiene cabe hablar con propiedad de un verdadero mercado y para la muestra, que mejor ejemplo que Santa Marta, la ciudad capital del departamento del Magdalena quien se hizo meritoria a la atribución de Distrito Turístico, Cultural e Histórico (D.T.C.H.), según la Constitución Política de Colombia de 1991, Capítulo 4, Artículo 328 del régimen especial; hecho que le fue reconocido no sólo por constituirse en la ciudad más antigua del país, su naturaleza y belleza y ser el lugar de fallecimiento del Libertador Simón Bolívar, sino también por el auge que ha tenido en torno a la actividad turística o "industria sin chimenea" como igualmente se le conoce.

El D.T.C.H. de Santa Marta posee uno de los mejores potenciales turísticos del país, principalmente por sus paisajes naturales, sus playas, bahías y atractivos que bien merecen conocerse y presentar con orgullo tanto a los extranjeros¹.

¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO INSTITUTO GEOGRAFICO AGUSTIN CODAZZI Magdalena Características geográficas. Santafé de Bogotá, el ministerio. 1993. pág. 89

Por tal motivo es necesario evaluar constantemente el estado en que se encuentra este sector, lo cual implica realizar un diagnóstico, en nuestro caso dirigido específicamente hacia el turismo planificado y recreativo.

En primera instancia podemos decir que el turismo es un hecho porque es un encuentro del sujeto humano con un mundo exterior llamado atractivo. Turismo es igualmente un hecho calificado como turístico, es decir, un hecho turístico, puesto que es un movimiento o desplazamiento de un sujeto turista al encuentro de atractivos calificados turísticos para buscar recreación y descanso².

En cuanto a los términos turismo planificado y turismo recreativo, podemos decir del primero, que es aquel que cubre un mercado receptivo desarrollando campos de actividades como facilitación turística, alojamiento y alimentación, transportes y movilización de personas, puesta en valor del patrimonio cultural, capacitación de recursos humanos, etc. Con esto busca atraer un mercado generador de divisas.

El turismo recreativo es aquel que cubre un mercado interno incluyendo el turismo social definido por Getino como: Conjunto de relaciones y fenómenos resultantes de la participación de capas sociales de ingresos modesto³.

² JIMENEZ GUZMAN, Luis Fernando. Teoría turística. Hotelería y Turismo. Santafé de Bogotá, Universidad Externado de Colombia. 1990 pág. 5

³ GETINO, Octavio. Turismo y desarrollo en América Latina. México: Limusa. 1987 Pág.158

El éxito de la actividad turística depende de sobrepasar las barreras de la competencia establecida por los atractivos de otras ciudades del país sin mencionar el exterior; y de ofrecer posibilidades de recreación *ya* para las clases populares de la ciudad. Es indispensable conocer el trabajo de diversas entidades del Distrito, programas aplicados y proyectados, los lugares destinados y los recursos disponibles para el desarrollo de estas clases de turismo.

Falta concientización sobre problemática del sector turístico, por encima de consideraciones políticas del momento y elaborado con base en realidades que puedan ser llevadas a la práctica a corto y mediano plazo, señalan de derroteros y metas por la que deba trabajar todo el sector. Así se evitarán la incertidumbre y la falta de orientación a través del turismo y su actividad una presa fácil de la avidez, o la víctima propicia para pagar las ineficiencias de otros sectores de la economía⁴.

Para la dirección y enfoque del estudio, se han seleccionado como variables generales de análisis: El gobierno, la población, infraestructura urbana y turísticos, empleo e ingresos.

El soporte del presente diagnóstico son los postulados de las teorías modernas económica y sociológica del turismo, las cuales damos a conocer en el marco teórico.

⁴ CAMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA. Entre la actitud positiva y un ministerio
En: Revista Cámara de Comercio de Santa Marta Año 8 No 17 (abril/mayo de 1988) Pag. 3

De igual modo esperamos contribuir con éste documento a la concientización samaria sobre la importancia del sector turístico y en especial del planificado y recreativo, sirviendo a la vez de punto de apoyo a la administración encargada para que se impulse su desarrollo y de inmediata solución a los problemas existentes, que impiden que el Distrito ocupe el lugar privilegiado que se merece.

La investigación realizada obedece además a la solicitud del programa de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad del Magdalena, la cual atendiendo a la necesidad de llevar a cabo un enfoque en el área de turismo, subdividió la misma en ocho líneas de investigación a saber:

1. Descripción y sectorización de las zonas turísticas en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.
2. Infraestructura hotelera y capacidad para alta temporada.
3. Administración de la empresa turística.
4. El turismo planificado y recreativo.
5. Demanda de la empresa turística en alta y baja temporada.
6. Alternativas del sector turístico en baja temporada.
7. Caracterización y posibilidades del turismo ecológico.

8. El Comercio informal y el sector turístico.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cuando se habla de la realización de un diagnóstico del turismo planificado y turismo recreativo en el D.T.C.H. de Santa Marta, se hace referencia al análisis de la situación actual, la situación histórica, los obstáculos para el desarrollo y las perspectivas de progreso con relación a los recursos disponibles y las potencialidades del área turística.

Para tratar la problemática del complejo turístico de El Rodadero, se dieron cita el día miércoles 25 de enero de 1995 en el Hotel de la Sierra, 70 personas, para tratar soluciones específicas, sin embargo, los problemas son comunes para otras áreas de atracción del Distrito, que también requieren especial atención y que se encuentran en la lista de las entidades del ramo.

El desarrollo del turismo se ve afectado por las deficiencias originadas por la inadecuada planificación que resalta sobre todo en temporadas tradicionales del año como son: Carnavales, semana santa, mitad y fin de año.

Los problemas se repiten en un círculo vicioso. En medio del caos vehicular y peatonal, aguas negras arrojadas al mar, hotelería paralela, "turismo de olla", no solamente porque nuestros visitantes traen sus cosas, sino que ni siquiera llegan a hoteles, quedándose en apartamentos y casas de amigos o familiares, contribuyendo al hacinamiento de las áreas turísticas, especulaciones, inseguridad en la zona de bañistas como consecuencia del abuso de lancheros y motos marinas, casi 2.000 vendedores ambulantes acosando a todo el mundo y otro tanto de fallas.⁵

Por otro lado son muy pocos los eventos culturales que se realizan para la recreación a la que tiene derecho las clases populares del Distrito.

Ante este listado de problemas que acaecen sobre estos dos tipos de turismo, es lógico preguntarse hasta qué punto la presencia de entidades como, ETURSA, el Fondo Mixto de Promoción, Cajamag, Prosocial, Coldeportes y la Alcaldía Distrital contribuyen al desarrollo del turismo planificado y recreativo?

El presidente de Cotelco Fernando Lamprea Ochoa, el gerente de la Corporación Seccional de Turismo, Carlos Augusto Socarrás Zúñiga y el director del Fondo Mixto de Promoción, Jorge Sánchez Moreno, señalaron que la temporada de fin (1994) y comienzo de año (1995), sería la mejor en los últimos cinco años". Muy a pesar de esto, cuál es

⁵ ORELLANO, José Concentración y sinceridad para planificar el Rodadero En: El Heraldillo Barranquilla (29 de enero, 1995) Pag. 6B.

la situación actual por la que se atraviesa el turismo planificado y recreativo en el D.T.C.H. de Santa Marta?

La falta de mentalización turística de nuestros gobernantes se refleja en la inconsistencia fatal para organizar institucionalmente el ente rector del turismo del Magdalena, el cual no se debe convertir en un fortín burocrático ni en escenario propicio al vitrinaje ⁶

Aparte de todo, no es desconocido el congestionamiento que existe en áreas turística como El Rodadero y Taganga, existiendo una sobre explotación de recursos en algunos puntos y subexplotación en otros, como por ejemplo:

Las playas de la Isla de Salamanca, el aeropuerto, Ciénaga Grande etc. Al respecto, existe alguna zonificación específica para la realización del turismo planificado y recreativo?

El Alcalde Distrital de Santa Marta, Edgardo Vives Campo, anunció que ya cursa para estudio en la Financiera de Desarrollo Territorial, Findeter el proyecto de solución definitiva de alcantarillado para El Rodadero y Santa Marta, con el propósito dijo, de que "aquí no nos pase lo que pasó en Cartagena. Estamos dispuestos a hacer un esfuerzo en común acuerdo con la gente que maneja el turismo para superar la etapa en que nos hemos quedado de ofrecer el turismo cualquiera" ⁷.

⁶ LINERO, Eliecer. En proyección turística del Magdalena En: Revista lo mejor (noviembre, 1994); Pag. 13.

⁷ ORELLANO, Op. Cit. p. 6B

Igualmente se habla de planes de acción real y un plan de ordenamiento urbano, pero cuáles son en realidad los planes y programas que se están llevando a cabo en pro del desarrollo del turismo planificado y recreativo?.

El montaje de una estructura de servicios acorde con las necesidades del sector turístico requiere no solo de buena fe, sino de una fuerte inversión de capital. Al respecto cuál es la disponibilidad de recursos para lograr la infraestructura turística y urbana requerida?.

En todo caso el turismo planificado y recreativo merecen soluciones de fondo y no soluciones turística y urbana de temporada.

2. ESTADO DE DESARROLLO

Según la CORPORACIÓN NACIONAL DE TURISMO, la ciudad comenzó a avanzar en su desarrollo turístico, no sólo por sus incontables y hermosas bahías, sino por su proximidad a una de las más monumentales bellezas naturales de Colombia: La Sierra Nevada de Santa Marta ⁸.

FUENTES opina: "La estructura económica de Santa Marta está fundamentada básicamente en el sector terciario o sea el que representa la actividad de servicios, con ella el turismo y el comercio, actividades éstas que dinamizan el movimiento de la economía local.

Estas actividades han marcado dentro de la economía importantes participaciones que configuran el producido total de nuestros producto en renglones del movimiento económico de la ciudad.

El "boom" del potencial turístico que siempre ha tenido Santa Marta, la ha caracterizado como una ciudad con ventaja para impulsar

⁸ COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO. CORPORACION NACIONAL DE TURISMO. Guía Turística. Santa Marta: Mayr y Cabal

integralmente la industria del turismo, tal como se originan en ciudades que han generado su desarrollo con el impulso de esta actividad".⁹

BRICEÑO Y BRICEÑO afirman: "El conjunto extraordinariamente variado de climas tropicales, regiones, paisajes, flora y fauna, riquezas arqueológicas y diversidad cultural de la población proporcionan a Colombia un gran potencial turístico internacional hasta muy poco utilizado. De unos treinta años para acá se ha pasado de ^{la} actividad predominantemente artesanal al turismo empresarial, gracias a la construcción de una red importante de hoteles, carreteras aeropuertos y al interés del sistema educativo por este sector. La Corporación de Turismo es la encargada de promoverlo, financiarlo y reglamentarlo. Además en todas las regiones del país se han constituido las cajas de compensación, que junto con el organismo oficial del ramo PROSOCIAL, han impulsado el turismo y la recreación para las clases populares".¹⁰

PINTO expresa: Los elementos encargados de promocionar el turismo en la ciudad, se están poniendo las pilas, en la actualidad se trazan las líneas de acción para que Santa Marta no se quede a la zaga de los grandes proyectos turísticos teniendo en cuenta que el turismo cada día se acerca más a la cabeza de la economía mundial.¹¹

⁹ FUENTES MANJARRES, Manuel. Comportamiento de algunos sectores de la economía de Santa Marta. En: Revista de Cámara de Comercio de Santa Marta. Año 10 No 22 (agosto, 1990); Pag. 9.

¹⁰ BRICEÑO JAUREGUI, Hugo y BRICEÑO JAUREGUI, Manuel. Colombia. consultor temático: Planeta, 1992. Tomo I, Pag 83.

¹¹ PINTO, Aremilde. En busca del desarrollo. En: Revista lo mejor (noviembre, 1994); Pag 6.



LINERO: Pero si queremos y deseamos hablar de impulso, fomento, crecimiento y desarrollo turístico tenemos que inexorablemente entender que esta actividad tiene como requisito ineludible el manejo conceptual teórico práctico de planificación, organización, gestión, mercadeo y comercialización.

Infortunadamente para aquellos dirigentes que no han querido entenderlo así, están cegados e impidiendo a una industria que es la solución a muchas afugias de la comunidad magdalenense como la falta de empleo, la oportunidad de ingresos económicos y financieros al fisco departamental, a la expansión de las empresas privadas, al mejoramiento de los servicios públicos (aspectos que destacaremos en este estudio) ya que éstos son columnas vertebrales del andamiaje turístico, a la educación ambiental, a la identidad cultural, al mejoramiento de la red vial".¹²

Por su parte SAMPER: "La mejor manera de aproximarse a una política de desarrollo turístico, es entender este servicio en su doble aceptación de Turismo como Derecho y Turismo como Industria. La primera de ellas nos conduce al campo de desarrollo social, en donde la actividad turística juega un papel importante como vehículo para el acceso al descanso, la recreación y la cultura, constituyéndose un elemento esencial en la calidad de vida de la población...

El Ministerio de Desarrollo y la Corporación Nacional de Turismo en coordinación con otras entidades, tales como la consejería para la

¹² LINERO, Op. Cit. Pag. 13.

juventud la mujer, la familia y la presidencia de la República, el Ministerio de Educación y el Plan de Nacional de Turismo Social, que implementará mecanismo mecanismos novedosos y apropiados que generen las bases de sistemas de recreación y turismo verdaderamente masivos".¹³

ORELLANO, "un trípode: Concertación, planificación y sinceridad.... y así tras cuarenta años esperando planificación para su desarrollo, los mismos cuarenta años que lleva de existencia espontánea y crecimiento al garete; El Rodadero parece encaminarse por fin, hacia un Plan Concertado de Acción Turístico que le procure un preciso posicionamiento en los mercados turísticos no solo nacionales, sino internacionales".¹⁴

SOCARRAS ZUÑIGA, señaló sobre convertir muelle de cabotaje en turístico: "Este puede ser un gran experimento, para demostrar lo beneficioso y rentable que es un muelle turístico para cruceros en una ciudad turística como es Santa Marta"...

El gran proyecto del muelle turístico para Santa Marta demandaría una inversión a la fecha de más de ^{2500 millones de} dos mil quinientos pesos, recurso económico con los que no cuenta el Gobierno Distrital, ni se ha recibido ofrecimiento alguno de entidades del orden departamental o nacional, para desarrollarlo, situación ésta que ha hecho naufragar en varias

¹³ COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO. CORPORACION NACIONAL DE TURISMO. SAMPER PIZANO, Ernesto. El turismo: Sector estratégico de desarrollo nacional. Santafé de Bogotá: El Ministerio, 1991.

¹⁴ ORELLANO, Op Cit Pag. 6B.

vigencias presupuestales la importante iniciativa de desarrollo turístico para Santa Marta".¹⁵

¹⁵ SOCARRAS ZUÑIGA, Carlos Augusto. Convertir muelle de cabotaje en turístico. En: Hoy diario del Magdalena, Santa Marta (25 de mayo, 1995); Pag. 6A.

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 MARCO CONCEPTUAL

3.1.1 Turismo.

El turismo consiste en los desplazamientos realizados en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo, en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deportes o cultura ¹⁶.

Las definiciones en torno al turismo datan de la misma época en que este comenzó a formar parte del tiempo libre.

¹⁶ CARDENAS TABARES, Favio. Comercializadora del Turismo. Determinación y análisis de mercados. México Tripillas. 1986, Pag. 23.

Su origen etimológico lo remitimos a vocablo francés tour procedente a su vez del primitivo verbo latín tornaré o del sustantivo tornus, cuyas connotaciones resultarían sinónimos de "viaje circular"¹⁷

3.1.2 Actividad Turística.

Es el conjunto de aquellos actos que efectúa el consumidor para que acontezca el turismo, ellos constituyen el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.¹⁸

La actividad turística se define también como el desplazamiento voluntario de individuo o un grupo de individuos por espacios distintos de sus lugares habituales de residencia con fines recreativos, culturales o de descanso, y ajenos a todo propósito remunerativo o de trabajo profesional.¹⁹

3.1.3 Turista.

Según la O.M.T., se designa como turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lugar o religión que entra en el territorio de estudio distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en el 24 horas, cuando menos y no más de seis meses en cualquier período de 12 meses con fines de turismo, recreo, deporte, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinación religiosa o negocio sin propósito de emigración.²⁰

¹⁷ GETINO. Op Cit Pag. 35.

¹⁸ CARDENAS. Op Cit, Pag 23

¹⁹ GETINO Op. Cit. Pag. 37.

²⁰ COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO. CORPORACION NACIONAL DE TURISMO. Banco de datos.

3.1.4 Tiempo Libre.

Las definiciones de turismo comprende el concepto moderno de "tiempo libre", que involucra a su vez, una amplia programación de actividades orientadas hacia la máxima racionalización a fin de mejoramiento y conservación de su salud y al enriquecimiento de su cultura.²¹

3.1.5 Recreación.

Es un derecho constitucional como figura en el artículo No 52 de la actual Constitución Política de Colombia de 1991, según la cual: Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará las organizaciones deportivas, cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.²²

En términos generales podemos afirmar que la recreación es la forma más amplia de utilizar el tiempo libre; se esencia y su sentido están presentes en todas las actividades del loisir (ocio).

El turismo como actividad calificada del loisir deberá por lo tanto cumplir con los propósitos de la recreación; volver a crear al individuo, repararle sus pérdidas a causa de la civilización industrial mantenerlo dentro del concepto²³

²¹ CARDENAS. Op. Cit. Pag. 23.

²² COLOMBIA. ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución Política de Colombia. Barranquilla: Dovel, 1991, Pag. 15.

²³ JIMENEZ. Op. Cit. Pag 94.

3.1.6 Turismo Social - Recreativo.

El concepto se define también como la modalidad de turismo interno que realiza la población de bajos recursos económicos del país, dentro del territorio nacional en forma masiva, organizados con fines de recreación y descanso. Así mismo, el desplazamiento al exterior cuando éste se efectúa en base a convenios entre organizaciones nacionales e internacionales.

Aplicando este concepto a los países latinoamericanos, el turismo social se hace sinónimo de turismo interno o nacional, ya que es el que podrían disfrutar las grandes mayorías locales sujeta a una pobreza generalizada; el turismo interno de los sectores sociales acomodados es bastante reducido en la mayor parte de nuestros países, ya que tiende a desplazarse preferencialmente al exterior, o sea a países vecinos o a otros continentes ²⁴

3.1.7 Planificación.

Es una técnica para modificar, la realidad, lo que implica la concepción de que un fenómeno socioeconómico o conjunto de acciones pueden no conducirse conforme a los fines que se esperan, por lo que es necesario orientarlos en el sentido preciso.

En el esquema global de una policía de desarrollo, la planeación permite dar forma al modelo de la economía que se desea alcanzar, establece las bases para políticas concretas y sustenta la realización de medidas que se piensa son difícilmente aplicables por falta de

²⁴ GETINO. Op. Cit, Pag 158.

acciones deliberadas, sistemáticas, conjunta, congruentes y armónicos.²⁵

3.1.8 Turismo planificado.

Como ya hemos mencionado antes en la presentación del diagnóstico, es aquel que cubre un mercado receptivo, para lo cual se toman medidas y se emprenden acciones que permiten cubrir y desarrollarlo adecuadamente, entre otros, los siguientes campos de actividades:

- a) Atracción de mercados
- b) Transporte y movilización de personas.
- c) Facilitación turística.
- d) Utilización y protección de los atractivos turísticos.
- e) Alojamiento y alimentación turística.
- f) Desarrollo de servicios turísticos.
- g) Puesta en valor del patrimonio cultural.
- h) Capacitación de recursos humanos nacionales para el pronto desarrollo turístico.
- i) Fortalecimientos de las comunidades receptoras, y otras.²⁶

3.1.9 Productos turísticos.

Está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual) en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las

²⁵ GARCIA VILA, Adolfo. Planificación y evolución del turismo. Mexico: Limusa. 1984. Pag. 16.

²⁶ CARDENAS. Op Cit, Pag 25.

necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turistas.²⁷

3.1.10. Facilitación turística.

Constituyen el segundo componente del producto turístico y son aquellos que permiten a los turísticas poder permanecer en el lugar para apreciar los atractivos.²⁸

A estos pertenecen los hoteles, restaurantes, distracciones, etc.

3.1.11. Accesibilidad.

Es la que permite el desplazamiento al lugar y se refiere a las vías de acceso como el transporte aéreo, a través de vuelos regulares, charter o particulares; el transporte terrestre que comprende el automóvil particular, el automóvil rentado, el autobús, el ferrocarril; el marítimo y finalmente el lacustre que es el realizado a través de los lagos.²⁹

3.2 MARCO TEÓRICO

3.2.1 Escuela Económica Moderna del Turismo

La primera moderna entendió el turismo como un hecho de naturaleza económica; para ello, los teóricos se basaron en los aportes de la corriente económica de la Pre-guerra (Schullard).

²⁷ Ibid, p. 27

²⁸ Ibid, p. 30

²⁹ Ibid, p. 30

Según esta escuela lo importante en el turismo es su contenido utilitario. El utilitarismo ya había sido desarrollado por la teoría económica del siglo pasado (Bentham, Stuart, Mill) y fue ampliamente difundido en los círculos económicos comerciales europeos.

En términos económicos, el turismo es entendido como un producto, como una relación de un sujeto con el mundo exterior, fundamentada esencialmente en los resultados económicos producidos para el sujeto receptor. Como ya anotábamos el precursor fundamental de esta escuela es el austriaco Hermann Von Schullard; actualmente son exponentes dela misma los españoles Luis Fernández Fuster y Manuel Figuerola Palomo.

Según Luis Fernández Fuster, el turismo es un fenómeno importante para las economías de los países, por sus efectos multiplicadores, aún antes de las segunda guerra mundial, actualmente, agrega el italiano, es la tercera fuerza de la economía después de la industria y la agricultura.

Para Manuel Figuerola Palomo autor con el cual se identifica de gran manera este diagnóstico, lo que justifica el turismo es precisamente su trascendencia económica. El turismo es un factor determinante otros sectores productivos; es además un multiplicador del gasto, un redistribuidor del ingreso los resultados económicos en el producto interno bruto y en la balanza de pagos.³⁰

³⁰ JIMENEZ. Op. Cit Pag 11

3.2.2 Escuela Sociológica Moderna

El turismo pasa a ser visto como una actitud libre, fuera de la vida ordinaria, desprovista de todo interés material, con sus propios presupuestos de tiempo y espacio que promueve de suyo, la formación de grupos sociales con características especiales.

Entre las principales concepciones sociológicas del turismo podemos citar los estudios y publicaciones de la AIEST (Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo). En 1978 su *Revue de Tourisme* pública, bajo el nombre de "Carta de Turismo Cultural", es una declaratoria que modifica substancialmente el concepto de turismo... "Entendemos que el turismo es un hecho social humano, económico y cultural irreversible...". Esta afirmación es ratificada continuamente en estudios científicos afiliados a dicha asociación, en los que se puede entender la preocupación por el aspecto sociológico y cultural del turismo.³¹

³¹ Ibid, Pag 12.

4. JUSTIFICACIÓN

En el distrito, Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta es una de la ciudades más importantes de la Costa Atlántica en lo a la "industria sin chimenea" se refiere, además de sus hermosas playas cuentas de los grandes inversionistas nacionales y extranjeros e igualmente para los miles de turistas que anualmente la visitan.

La importancia de esta investigación, radica en el hecho mismo de lo que representa el sector turístico para Santa Marta, actividad que merece toda nuestra atención.

"Para una ciudad... en donde el turismo se da igual que la verdolaga silvestre, sería entre otras cosas la profesionalización de una actividad todavía incipiente, en un territorio que todavía no ha tenido tiempo de pensar en cosas grandes y convertir a la explotación turísticas de sus innumerables encantos naturales en su principal fuente generadora de divisas".³²

³² CAMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA. Op. Cit. Pag 4

Por esta razón justificamos la realización de un estudio profundo y a conciencia, que nos determine la situación bien sea de abandono o progreso por la que atraviesa el turismo planificado y recreativo, señalando claramente permitirán hacer pronuncialmente al respecto en busca del mejoramiento del sector turístico.

Pretendemos de igual forma contribuir con la creación de un banco de datos para el programa de administración de empresas agropecuarias, con miras a realizar en ésta un enfoque en hotelería y turismo, para la capacitación de recurso humanos en el distrito.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la situación actual que presenta el turismo planificado y recreativo en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, en el período comprendido entre 1980 1995.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar la presencia del turismo planificado y recreativo en Santa Marta D.T.C.H.
- Establecer el grado de participación de entidades gubernamentales y no gubernamentales que impulsan el desarrollo del turismo planificado y recreativo en Santa Marta D.T.C.H.
- Identificar las zonas dedicadas a la realización de los dos tipos de turismo.

- Evaluar la disponibilidad de recursos para el progresos del turismo planificado y recreativo en Santa Marta D.T.C.H.
- Estudiar la aplicación de planes y programas que tengan como eje *principal* el turismo planificado y recreativo en Santa Marta D.T.C.H.
- Señalar las oportunidades, amenazas y perspectivas del turismo planificado y recreativo en Santa Marta.

6. FORMULACION Y GRAFICACION DE HIPÓTESIS

6.1 HIPÓTESIS CENTRAL

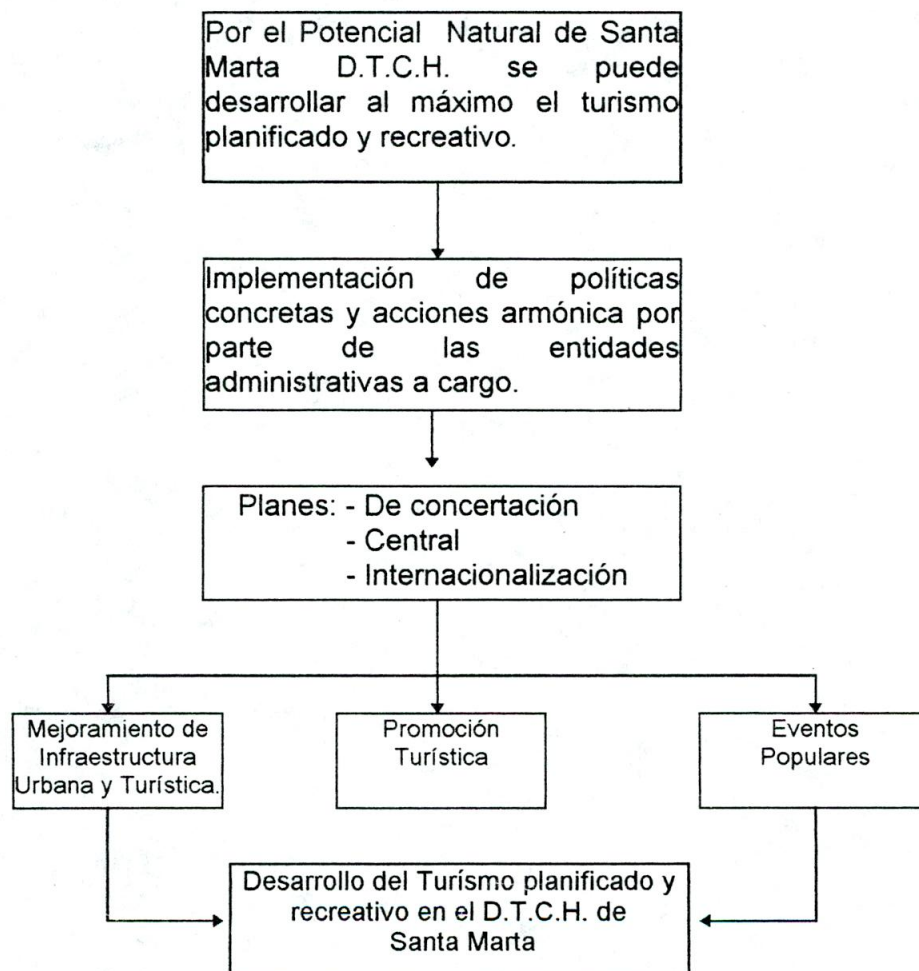
A pesar del potencial natural con que cuenta el D.T.C.H., de Santa Marta, el turismo planificado y recreativo presenta un desarrollo limitado como consecuencia de la falta de política concreta y acciones armónicas por parte de los estamentos administrativos a cargo de este sector.

6.2 HIPÓTESIS OPERACIONALES

- Para impulsar el turismo planificado y recreativo, se necesita una fuerte inversión de capital para el mejoramiento de la infraestructura urbana y turística de la ciudad de Santa Marta.
- Existe un constante crecimiento del turismo planificado y recreativo, directamente proporcional al aumento de las corrientes nacionales y locales en la ciudad de Santa Marta.

- El turismo planificado y recreativo en Santa Marta presenta connotaciones de gran relevancia para el desarrollo nacional y regional por la generación de empleos y divisas y las posibilidades de recreación para el bienestar de sus habitantes.
- En las áreas turísticas del Distrito permanece en algunos casos la sobreexplotación de recursos (El Rodadero y Taganga), mientras que en otras existe una subexplotación de los mismos, por la carencia de promoción turística capaz de atraer a los visitantes e inversionistas.
- El turismo presenta amenazas como la hotelería paralela, el turismo de olla oportunidades como la zona franca de Pozos Colorados.

6.3. GRAFICACION DE HIPÓTESIS



7. DISEÑO METODOLOGICO SEGÚN LA NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente diagnóstico del turismo planificado y recreativo muestra un diseño metodológico resultante de la combinación de los dos tipos de estudio exploratorio y descriptivo.

El empleo de la exploración y la descripción en el estudio se detallan seguidamente, justificando su utilización.

Es exploratorio por que se tiene en cuenta consideraciones importantes como los trabajos realizados por otros investigadores, la información no escrita y relatos de personas; se considera como una etapa de inicio en la investigación.

En segunda instancia es de tipo descriptivo por que se identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado. El método de investigación es deductivo, permitiendo que las verdades particulares

contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Los postulados teóricos se enmarcan dentro de las escuelas modernas sociológica y económica sobre turismo, las cuales presentamos anteriormente.

7.1. SELECCIÓN Y MEDICIÓN DE VARIABLES DE ANÁLISIS

VARIABLE GENERAL	VARIABLE INTERMEDIA	INDICADORES
EL GOBIERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Planes de desarrollo . 	<ul style="list-style-type: none"> • Efecto de los planes de desarrollo
POBLACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de corrientes nacionales e internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Población local. • Tasa de emigración
INFRAESTRUCTURA URBANA Y TURÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios públicos. • Hotelería • Facilitación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en infraestructura. • Número, categoría y capacidad de hospedaje. • Número y características de instituciones culturales y recreativas. • Capacidad de los servicios urbanos de las zonas turísticas.

VARIABLE GENERAL	VARIABLE INTERMEDIA	INDICADORES
MERCADO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta • Demanda • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de recursos • Grado de atracción • Índice de estacionalidad • Perfil del visitante • Efectos de la promoción
EMPLEO	<ul style="list-style-type: none"> • El desempleo • Nivel de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Población económicamente activa. • Tasa de empleo. • Nivel de desempleo
INGRESOS	El Comercio	Nivel de inversión turística Nivel del gasto público Participación en el PIB.

7.2 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO GEOGRÁFICO Y TEMPORAL DEL ESTUDIO

7.2 1 Determinación del Universo geográfico.

El marco geográfico del estudio como ya hemos mencionado, es la ciudad de Santa Marta D.T.C.H., la cual se encuentra localizada a orillas del mar Caribe a los 11° 15' 18" de la latitud norte y 74° 13' 45" de longitud oeste de Greenwich. Altura sobre el nivel del mar: Dos metros, temperatura media 28°C.

Dista de la ciudad de Barranquilla 88 kms y de Santafé de Bogotá D.C. 1.197 Km, limita por el norte con el mar Caribe, por el oriente con el departamento de la Guajira, por el sur con Aracataca y Ciénaga, por el occidente con el mar Caribe. El censo de 1993 registró una población total de 244.415 habitantes.

7.2.2 Determinación del universo temporal

Para la realización del presente diagnóstico del turismo planificado y recreativo, se tomó información de referencia entre los años de 1980 a 1995, en el Distrito, Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta. El estudio culminó todas sus fases en el término de un año sin mayores contratiempos en el cronograma de actividades programadas.

7.3 FORMA DE OBSERVAR LA POBLACIÓN

Por ser la población en estudio inmensamente grande se fundamentó la investigación es una muestra obtenida en forma aleatoria, partiendo de un modelo binomial con tendencia a la normalidad.

A continuación presentamos el método de muestreo:

Principio de Máxima Verosimilitud. Límites de confianza para P:

$$\bar{P} \pm Z r p$$

$$\delta = |\bar{P} - P| = Z r p$$

$$\text{o sea } \delta = Z \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Despejando para n tendremos:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{\delta^2}$$

n = tamaño de la muestra

= error muestra

p = proporción de éxitos

n = 15

$$\delta = |\bar{p} - p| = 0.10$$

$$(1 - \alpha) = 0.95 \pm 1.96$$

p = 0.4925 (información obtenida de las encuestas)

q = 0.5075

$$n = \geq = \frac{(1.96)^2(0.4925)(1 - 0.4925)}{(0.10)^2}$$

$$n = \geq = \frac{(3.8416)(0.4925)(0.5075)}{0.010}$$

$n = \geq 96$ turistas

“En ningún caso el tamaño de la muestra depende del tamaño de la población de que procede, en contra de lo que habitualmente suele suponerse”³³.

La infraestructura hotelera se determinó sobre la base de 25 establecimientos como se presenta posteriormente.

El turismo internacional en la ciudad se determinó a partir de la entradas a los dos principales sitios de atracción del mismo como son: La Quinta de San Pedro Alejandrino y el Parque Natural Tayrona.

La demanda recreativa como derecho constitucional la conforma sin distinción alguna los habitantes residentes del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.

³³ GUTIERREZ DUCONS, Juan Luis. Estadística Matemática Barcelona: Donado. 1987, Pag 115

7.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS A UTILIZAR PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Las fuentes de información empleada en la elaboración diagnóstico son:

- a) Directas o primarias, como encuesta en la entrevista y la observación directa.
- b) Indirectas o secundarias, constituida por el material bibliográfico y de archivos.

7.4.1 Recolección de la Información.

Esta se llevó a cabo a través de las encuestas que se realizaron con turistas que visitaron la ciudad en la temporada de mitad de año, (véase anexo A). De igual forma se obtuvo información mediante entrevistas con funcionarios de entidades altamente relacionadas con el sector turístico, como por ejemplo: El Fondo Mixto de Promoción, Etursa, Coldeportes, Prosocial, Cajamag, Planeación Distrital, Turcol, Acodres, miembros del gremio hotelero, vendedores ambulantes, etc.

7.4.2 Técnicas y procedimientos de análisis.

Con el fin de obtener resultados confiables, se utilizaron herramientas estadísticas como:

- La medida aritmética
- Desviación típica

- Aplicación de errores de estimación
- Interpretación de estimadores.

8. LIMITACIONES

Por lo general cuando se aborda un tema que se enmarca dentro de connotaciones políticas, económicas, sociales y culturales, son muchos los inconvenientes que se pueden presentar obstaculizando el buen desempeño de un estudio.

En nuestro caso, el principal limitante se observó en la falta de datos estadísticos veraces por parte de las entidades a cargo del sector turístico, los cuales eran de mucha importancia en la determinación del perfil del visitante.

A pesar de la buena fe y generosa colaboración de entidades como ETURSA, las referencias bibliográficas obtenidas a través de estas entidades fue escasa, pues en sus bancos de datos sólo figuran recortes de periódicos y revista sobre temas publicados del turismo en general, carecen de estudios realizados sobre turismo y en especial del recreativo.

Otro de los limitantes a la hora de realizar la pre-encuesta lo constituyó el hecho de que las investigadoras no poseen un manejo de idiomas

extranjeros, lo que dificultó la comunicación con los turistas procedentes del exterior cuya lengua materna era el inglés, francés, el alemán, etc.

Sin embargo, haciendo un esfuerzo por superar lo anteriormente expuesto esperamos cumplir a cabalidad con los objetivos planteados anteriormente, con el ánimo de alcanzar satisfactoriamente las metas trazadas el inicio del estudio.

9. EL FENÓMENO TURÍSTICO Y LA RECREACIÓN

El turismo como fenómeno trae consigo grandes valores y expectativas a través de él se pueden lograr convenios con otras regiones, incluyendo en el ámbito cultural, político, económico, etc.; no sólo para provecho regional sino nacional. Proporciona la oportunidad a zonas pobres en recursos de promoverse económicamente. Para países como Colombia y específicamente Santa Marta no es aconsejable que la administración permita su expansión sin un control que permita un desarrollo y crecimiento armónico, equilibrando la demanda y la oferta para evitar la sobre saturación que lejos de beneficiar perjudique al sector turístico.

9.1 FENÓMENOS SOCIOECONÓMICOS

De acuerdo con la definición de turismo que damos a conocer en el marco conceptual, podemos observar que los desplazamientos generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos. Los fenómenos socioeconómicos enmarcan unos objetivos reconocidos internacionalmente como son:

1. La valorización del hombre
2. La generación de empleo.
3. La conservación del medio ambiente
4. La presentación y puesta en valor del patrimonio turístico.
5. La desconcentración económica.
6. La dinamización de las economías regionales.
7. La generación de divisas.
8. El fortalecimiento de unidades regionales y del proceso de integración.³⁴

Muchas son las consecuencias positivas que pueden originarse a partir del turismo y en una región como Santa Marta, con una ubicación geográfica privilegiada, naturalmente hermosa y las ventajas que brinda la Sierra Nevada resultan ilimitados los alcances que pueden obtenerse con este sector.

9.2 MERCADO TURÍSTICO

Como mercado está condicionado a las leyes de la oferta y la demanda. Es en este mercado en el que hay que mejorar la posición del distrito, promocionando los recursos que posee.

³⁴ CARDENAS. Op. Cit, Pag 34

9.2. 1 Oferta.

Comprende los bienes y servicios que se prestan al turista, formando parte de éste el inventario de recursos, alojamiento, alimentación, transporte, etc.

La subdivisión de los servicios corresponde a:

Transporte; como son las vías de comunicación: Aéreas, terrestres y marítimas, etc.

Alojamientos: Lo constituye las formas de hospedaje como hoteles, moteles, campings, etc.

Servicio exclusivamente turísticos: Comprende aspectos como clima, paisaje, folclor, artesanías, etc.

9.2.1.1 Productos turísticos.

El producto turístico puede entenderse como el conjunto de atractivos, distracciones y alojamientos disponibles para la atención del turista. Se reconocen cinco diferentes productos turísticos: "playa y mar, naturaleza, cultura, recreación, diversión y compras".³⁵

9.2.2 Demanda.

La determinación de la demanda podemos resumirla en tres etapas:

1. Determinación del mercado potencial y los productos turísticos.
2. Concepto que tienen los turistas de un país cuando lo visitan.

³⁵ GARCIA, Op Cit, p. 18

3. Grado de satisfacción producida al turista en dicho país y de la cual depende su automática promoción.

Las dos últimas constituyen el perfil del visitante, se pueden desarrollar las mismas etapas para el turismo interno (social-recreacional).

9.2.3. Segmentación del mercado.

9.2.3.1. Segmentación según el motivo del viaje.

De acuerdo a esto el mercado se clasifican en:

- *Turismo de descanso.* Es el que se realiza para disfrutar de las vacaciones, por el placer de alejarse de la rutina y los compromisos laborales o académicos que puedan generarse por la actividad o ocupación de las personas.
- *Turismo de negocios y de compras.* Este turismo puede realizarse en cualquier época del año, y por lo general hacia las grandes ciudades; si se pretende asegurar una clientela fija hay que implementar una infraestructura adecuada para su funcionamiento.
- *Turismo deportivo.* Generado por aquellos eventos que atraen masivamente a la población, como campeonatos en: fútbol, carreras de automóviles, deportes acuáticos. Los gastos generados son casi siempre altos, sobre todo cuando se trata de encuentros de talla internacional como juegos olímpicos y mundiales.

- *Turismo de aventura.* Desarrollado generalmente hacia zonas inhóspitas e inexploradas, por ejemplo regiones selváticas o altas montañas y nevados. Es muy rentable y de gran preferencia en la actualidad.
- *Turismo religioso.* Originado por los desplazamientos de determinados cultos religiosos, para dar cumplimiento a las peregrinaciones espirituales. El turismo religioso requiere de reducidos gastos al no exigir mayores lujos, se realiza además por cortas temporadas.
- *Turismo cultural.* Hace alusión a las visitas que se generan con el fin de observar ruinas arqueológicas, monumentos históricos, museos. En algunas ocasiones se combina con otros tipos de turismo como el de negocio.
- *Turismo científico.* Compuesto por profesionales de gran preparación que viajan con el fin de estudiar su país o el extranjero, va en la misma línea que el turismo cultural siendo de una permanencia mayor de acuerdo con la investigación a realizar.
- *Turismo gastronómico.* La conforman las personas que viajan con el objeto de gustar y conocer la cocina nacional e internacional, éste se constituye en un factor de mejoramiento a nivel culinario, que llega en muchos casos a hacer famosa una determinada región por sus platos típicos y calidad de bebidas.

- *Turismo estudiantil.* La cultura se adquiere más fácilmente si se está en contacto directo con ella. Puede considerarse como un arma promocional donde la idea es crear conciencia turística a través de los estudiantes viajeros.
- *Turismo de congresos y convecciones.* Se realiza con la intención de intercambiar ideas y conocimientos científicos, este turismo requiere de una estricta organización y de infraestructuras específicas como salas, centros de convenciones, para que los intelectuales se puedan formar una buena imagen del lugar.
- *Turismo familiar y de amigos.* Para este turismo no se requiere de pensar en alojamientos, porque precisamente los visitantes se hospedan en casa de sus familiares y amigos. Es beneficioso para la venta de servicios exclusivamente turísticos como las artesanías.
- *Turismo de salud o medicinal.* Es un turismo muy rentable y de larga permanencia, en especial cuando la familia del enfermo se traslada con él para acompañarlo en su convalecencia. Algunos países son ya reconocidos institucionalmente por especialidades médicas: "...Colombia en oftalmología, en la que sus profesionales son famosos, a través de sus clínicas de Santafé de Bogotá ³⁶ ...".

³⁶ CARDENAS OP CIT Pág. 57

9.2.3.2 Segmentación según la edad

1. 0-15 años
2. 16-30 años
3. 31-45 años
4. 46-60 años
5. 61-75 años
6. 76-90 años³⁷

Los términos turismo y recreación guardan sus semejanzas pero también sus diferencias. La recreación es un derecho y una obligación estatal, mientras que el turismo no.

La recreación tuvo su nacimiento con el origen del hombre, como una actividad del tiempo libre. "... El turismo aparece en el siglo XIX como una evolución del fenómeno cultural "grand tour"³⁸

³⁷ CORPORACION NACIONAL DE TURISMO. Op. Cit Banco de Datos.

³⁸ JIMENEZ. Op Cit. Pág.65

10. EL TURISMO PLANIFICADO

El turismo planificado para su adecuado desarrollo que requiere de diversos campos de actividades, los cuales se detallan en el marco conceptual. Estos campos deben cubrir la demanda turística en equilibrio con la oferta, por lo que es indispensable el manejo de un inventario de recursos y de una armoniosa labor de la administración Distrital y departamental, con los entes responsables del sector y específicamente, Etursa y el Fondo Mixto de Promoción.

Según Adolfo García, es así como “el plan globaliza las actividades de todos los sectores y representantes si duda el marco para el desarrollo del país; es la integración coherente del conjunto de objetivos, estrategias, acciones y medios que se propone la sociedad para avanzar con máxima eficacia, congruencia, solidez y visión de conjunto”³⁹

³⁹ GARCIA, Op CIT Pág. 57

10.1 PROBLEMÁTICA DEL TURISMO PLANIFICADO

Como hemos mencionado en repetidas ocasiones, la falta de coordinación y control, genera una serie de inconvenientes que por lo general salen a relucir en las épocas de gran demanda, es importante trabajar en algunos puntos específicos como son:

- El control del turismo de olla y la hotelería paralela
- Adecuación de la infraestructura de servicios
- Ampliación de la infraestructura aeroportuaria
- La promoción y el fomento de la actividad turística
- Mejoramiento de las facilidades turísticas y el control de sus precios.

10.1.1 El turismo de olla.

El turismo de olla es un fenómeno que regularmente se presenta durante los fines de semana y en las temporadas altas del turismo; se caracteriza por los desplazamientos de personas procedentes en su mayoría de nuestra vecina ciudad de Barranquilla, quienes arriban a Santa Marta cargados de toda clase de víveres, dejando como recuerdo de su estadía el desorden en los sitios turísticos, especialmente en los balnearios de la ciudad. Para corregir esta situación se promulgó por parte de la administración Distrital el decreto 516 del 14 de junio de 1995, reglamento el ingreso de vehículos de transporte público, colectivo, o ocasional las medidas son las siguientes:

Someter al parqueo obligatorio en la terminal de transportes todo vehículo de transporte público en viaje ocasional.

Todo vehículo que guarde las características anteriores y que desee ingresar al distrito deberá cumplir con lo siguiente:

- a) No podrán ingresar al Distrito los vehículos que se hallen vinculados a empresas de transporte municipal procedentes de otras ciudades en viajes ocasionales.
- b) En cuanto a los documentos que deberán portar se encuentra:
Planilla de viajes ocasionales, certificación de revisión expedido por la empresa.

Prohibir el acceso directo de los antes citados vehículos a los principales balnearios de la ciudad, incluido el Parque Tayrona.

No se permitirá la entrada de vehículos de servicios público de otras ciudades en viajes ocasional, cuando el conductor y sus pasajeros estén en estado de embriaguez, quedando inmovilizado el vehículo. Además cuando transporten alimentos que sean fácilmente corruptibles y no cumplan las normas del Ministerio de Salud. Y cuando se excedan en la capacidad transportadora.

Se establece la tarifa de parqueo de \$12.000 cobrables por el Instituto Distrital de Tránsito y Transportes.

La violación de cualquiera de las anteriores estipulaciones da lugar a una multa equivalente a 20 salarios mínimos legales diarios.

Se espera que con estas normas por las cuales debe velar la Policía Nacional se controle el mencionado turismo de olla que tanto perjuicio ocasiona a la economía local.

10.1.2 Hotelería Paralela

La constituye la propiedad horizontal que normalmente permanece cerrada y que se alquila para usufructuar dinero.

En cuanto a la hotelería paralela deben dictarse medidas para su control, lo cual es un trabajo para la Cámara de Comercio de Santa Marta, en lo que a registro y cobro de impuestos de industria y comercio se refiere. El hecho de que algunas personas acondicionen sus casas o las alquilen a los turistas para su alojamiento sin cumplir con los requisitos legales, no soporta ningún ingreso a la ciudad y si contribuye mucho al hacinamiento en los sitios turísticos. Además nadie se responsabiliza por tales arrendamientos, siendo desde todo punto de vista desleal a la competencia.

Los miembros del gremio hotelero afirman que los efectos sobre el mismo han sido negativos al tener que desvincular a algunos de sus empleados, llegando en otros casos a la quiebra y cierre de los hoteles.

Este tipo de hospedaje se presta a la estafa de los turistas a quienes se les dibuja por parte de sus dueños como el paraíso y al llegar a la ciudad se encuentran con otra realidad.

En el sector de El Rodadero y la zona sur de éste se encuentran entre 4.000 apartamentos de los cuales se desconoce su uso y finalidad.

Lo único que se ha hecho hasta el momento es el lanzamiento de una campaña impulsada por Cotelco - La Asociación Hotelera de Colombia bajo el lema:

“Déjese atender, en un hotel lo tiene todo”.

10.2 ELEMENTOS DE DESARROLLO

Dentro del contexto de los planes de desarrollo se destaca cuatro elementos fundamentales que son:

Atractivos, Accesibilidad,
Infraestructura urbana y turística,
Reorganización institucional.

10.2.1 Atractivos

Son elementos de los productos turísticos constituidos por el paisaje natural y el paisaje artificial o creado. Estos determinan la movilización

en demasía como aplicación del tiempo libre, por la necesidad individual de descansar y salir de la rutina.

Además de formar parte de la oferta, para reconocer su totalidad se debe disponer de un inventario de recursos.

Santa Marta D.T.C.H., posee una multiplicidad de atractivos y patrimonios que a continuación detallamos:

10.2.1.1 Inventario de recursos.

El distrito guarda invaluable vestigios históricos sobre todo de la época colonial e independentista, mezclados a su vez con la mitología de los aborígenes del lugar (véase anexo B).

Muchos son los sitios que atraen a los visitantes seguidamente se presentan lugares que forman parte de este inventario, que incluya los alrededores de la ciudad, (véase figura 1).

– *Bahía de Santa Marta*. localizada al oeste de la ciudad sobre el mar Caribe, posee aguas mansas ideales para disfrutar del baño, las rutas del servicio de transporte público le son benéficos y facilitan el acceso a ella. Sobre el paseo Bastidas se encuentran restaurante, discotecas, droguerías, hoteles, etc.,. Es decir todo tipo de facilidades turísticas.

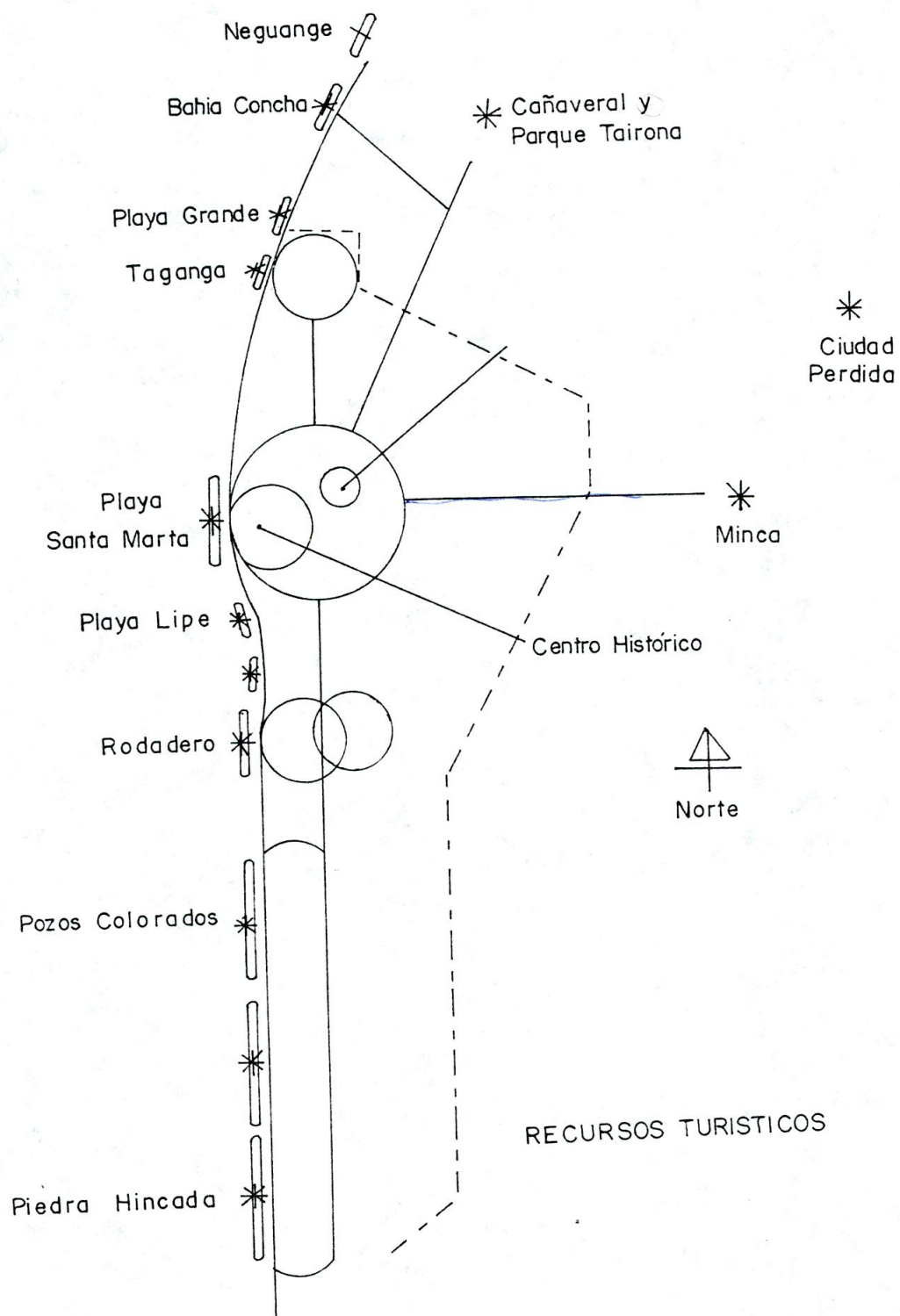


FIGURA 1. Los Recursos Turísticos de Santa Marta D.T.C.H.
 Fuente: Plan de desarrollo. El Reencuentro 1993.

– *El Morro*. Formación rocosa de 60 m de altura, situado al frente de la bahía de Santa Marta, jugó un importante papel en la época colonial en la defensa de los ataques de los piratas a la ciudad. Allí se encuentra un faro que sirve de guía a las embarcaciones que llegan al puerto.

– *Punta Betín*. Localizado a dos kilómetros del centro de la ciudad, conocido también como el “Balcón de América”, fue antiguamente una fortaleza. Para su acceso se necesita de un permiso especial de la policía portuaria.

– *El Rodadero*. Es uno de los más importantes balnearios de Colombia, se encuentra localizado a seis kilómetros, menos de diez minutos de Santa Marta; pertenece al corregimiento de Gaira, se puede acceder a él por vía terrestre empleado vehículos de carácter particular, público o por vía marítima. Su nombre se deriva de una formación de arena que parte de la montaña, cuenta con una infraestructura hotelera y facilidades turísticas para los visitantes.

Las vías pavimentadas de El Rodadero son las siguientes:

Carreras: 1ª, 2ª, 3ª, 4ª, 4A y 4B.

Calles: 3ª, 3A, 4ª, 6ª, 7ª, 7A, 8ª, 9ª, 10ª, 11ª, 11A, 12, 13, 14, 15 y 16.

Se encuentran pavimentadas entre la avenida Tamacá y la playa en las calles 17, 18 y 19. Para finales de 1995 y 1996 se repavimentarán y pavimentarán el Rodadero Sur, Salguero y Bello Horizonte.

Actualmente el 85% de las vías se encuentran pavimentadas, a partir del mes de enero de 1996 se empleará el sistema de valorización anticipa para alcanzar el 100% de eficiencia.

El Rodadero presenta un crecimiento fuera de control, las temporadas altas y fines de semana se caracterizan por una elevada población flotante. Los límites geográficos del balneario son: Al norte con el cerro de la Llorona, al sur con el mar Caribe, al este la carretera Troncal y al oeste el mar Caribe. La carrera 13 que conduce al Rodadero tiene una longitud de 300 metros en concreto asfáltico, (véase Anexo C).

– *El acuario y museo del mar.* Localizado a 13 minutos en lancha de El Rodadero, es uno hermoso lugar para visitar y conocer gran variedad de animales marinos.

– *Playa Blanca.* Localizada en cercanías del Rodadero, se accede a ella en lancha partiendo desde el Balneario antes citado, presenta singular belleza, siendo un sitio de gran atracción para los turistas.

– *Taganga.* A sólo cinco minutos al norte de la ciudad, aparece un pequeño poblado de pescadores, que en tiempos antiguos se dedicó a la cría de perlas. Sus artesanías se constituyen en la elaboración de canoas, chinchorros, etc.; presenta un turismo nativo que impacta culturalmente.

Entre sus atractivos están sus cristalinas aguas y poder disfrutar de los exquisitos platos típicos con la gran diversidad de pescados que abundan en la región.

– *Parque Nacional Tayrona*. “Invaluable reserva ecológica de 15.000 hectáreas: 12.000 terrestres y 3.000 de faja marina. Ubicado en la parte nor-oriental del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, en una área de la parte norte de la Sierra Nevada. Declarado Parque Nacional Natural en agosto de 1969 a través de la Resolución ejecutiva No 292.

Se extiende desde la bahía Concha hasta la desembocadura del río Piedras, kilómetro 45 de la Troncal del Caribe.

Vía Riohacha, tiene unos 25 kilómetros de costa con temperaturas promedio de 29°C sobre el nivel del mar y 22°C en las zonas elevadas⁴⁰

Presenta desde las más tranquilas hasta la más tempestuosas bahías, combinando a su vez el mar y vegetación. Lo forman bahía Concha, Chengue y Gairaca, las ensenadas de Neguanje, Cinto y Guachaquita y las playas de Cañaveral y Arrecifes.

⁴⁰ COLON ROJAS, Armando. Parque Nacional Tayrona. En: El Informador, Santa Marta (2 junio 1995) Pag. 5B.

para sus visitantes, disponibilidad de cabañas para seis personas y la zona de camping posee una capacidad de 75 carpas. Se encuentra partiendo de la avenida del Libertador a 10 kilómetros del centro de Santa Marta.

– *Pueblito*. Desde Calabazos o Cañaveral a tres horas de camino se llega a Chariama o Pueblito. Esta ciudadela precolombina es de las más antiguas de América: La Tayrona.

– *Ciudad Perdida*. Recientemente descubierta, era uno de los mayores centros políticos y económicos de la Sierra Nevada. Fue abandonada por sus moradores tras un siglo de guerra con los españoles, se encontraba entre los 900 y 1.300 metros de altura.

– *Sierra Nevada de Santa Marta*. Es la montaña más alta del mundo a orillas del mar, desde los 0 a los 5.770 metros combina gran variedad de clima, flora y fauna. Sus picos Colón y Bolívar son los más altos de Colombia, es un majestuoso patrimonio ecológico. La Sierra Nevada hace parte de un Parque Nacional de 383 mil hectáreas; y cobija una población indígena compuesta por Arhuacos, Kogis y Malayos.

– *La Catedral Basílica Menor*. En 1776 se colocó su primera piedra, edificada con un estilo romántico, renacentista, fue la tumba de El Libertador Simón Bolívar, se encuentra ubicada en pleno centro de la ciudad a cuatro metros sobre el nivel del mar. Su estructura es de gran proporción y equilibrio.

- *Iglesia de San Francisco*. Fue el primer convento fundado en América. Sirvió como catedral de la ciudad en tres ocasiones, cementerio, y lugar donde se firmó y se reunió la Asamblea de Constituyente por primera vez en Colombia.
- *Iglesia de Mamatoco*. Localizado al este de la ciudad, es una iglesia estilo colonial de edificación española. Se puede llegar a ella por medio de transportes públicos de la ciudad.
- *Convento de Santo Domingo*. Es una construcción típica colonial, construidos en 1792 por padres dominicos. Fue palacio episcopal y actualmente funciona en sus instalaciones el Instituto de Cultura del Magdalena. Su restauración se le debe a la Corporación Nacional de Turismo.
- *Quinta de San Pedro Alejandrino*. Se conoce como fecha oficial de su fundación el 2 de febrero de 1608, era uno de los ingenios azucareros de la Provincia. Su antiguo nombre era La Floresta de San Pedro Alejandrino.

En 1830 la hacienda alberga 11 días al Libertador siendo invitado por Don Joaquín de Mier, ala muerte de Simón Bolívar pasó a la historia. El 2 de febrero de 1891 fue adquirida por el departamento tras una negociación de \$24.000. Su último dueño fue el hijo de Don Joaquín de Mier, Manuel de Mier.

En predios de la Quinta de se encuentra el Altar de la Patria, monumento construido como homenaje a la memoria del Libertador, siendo inaugurado en 1939, el valor de la obra fue de \$100.000.

El Museo Bolivariano de Arte Contemporáneo, pertenece a la parte relativamente nueva de la Quinta, en él se exhiben constantemente pinturas y esculturas. La Quinta de San Pedro Alejandrino fue concurrida durante 1993 por 148.590 personas, demostrando así su importancia como sitio turístico.

– *Casa de la Aduana*. Fue la primera casa de material construida en la ciudad y en el país en el siglo XVI, diseñada con una arquitectura colonial, sirvió como casa de velación de Simón Bolívar. Sobrevivió al terremoto de 1834 y a otras devastaciones que sufrió la región. Está ubicada frente a la plaza Simón Bolívar, por el decreto 390 del 17 de marzo de 1970 se declaró monumento nacional.

– *El Museo Tayrona*. Ubicado en la carrera 2a con calle 13, ofrece exposición permanente de una colección de piezas pertenecientes a la cultura Tayrona.

– *Castillo de San Fernando*. Localizado al sur de la ciudad, en la punta del cerro de Playa Lipe, fue construido en 1725 para defender al puerto, actualmente, hace parte del Batallón Córdoba No 5.

– *Parque Nacional Isla Salamanca*. Localizada en jurisdicción de los municipios de Sitionuevo y Pueblo Viejo, con una superficie de 21.000

has, las vías de acceso es desde las ciudades de Barranquilla y Santa Marta, posee una flora de dos tipos de bosques y la presencia del mangle, en cuanto a la fauna es muy rica en aves e importantes especies de mamíferos, reptiles, anfibios y peces. En el sitio conocido como “Los Cocos” se localiza la estación del Inderena. Se encuentran además yacimientos arqueológicos de 2.500 años A.C., hasta 500 años D.C.

– *Ciénaga Grande*. La Ciénaga Grande comprende una extensión de 400 kilómetros cuadrados. Tiene aldeas como las trojas de Cataca, Nueva Venecia, Buenavista, Pueblo Viejo. Localizada en kilómetro 35 por la carretera Troncal del Caribe, el recorrido de la Ciénaga en bote es de cinco horas. La principal fuente de ingreso de sus habitantes es la pesca.

10.2.2 Accesibilidad

La conforman los medios de comunicación vehiculares y acuáticos, nacionales e internacionales. La accesibilidad que también pertenece a los productos turísticos debe ser adecuada para que permita los transportes a los diferentes sitios de interés. Esta puede ser:

– *Marítima*. Actualmente cursa un producto de convertir un muelle de cabotaje en turístico para hacer posible la llegada de cruceros.

– *Aérea*. El Distrito cuenta con el servicio que presta al aeropuerto Simón Bolívar ubicado en el kilómetro 16, para el tráfico de pasajeros.

- *Férrea*. Para 1993 se destaca la rehabilitación del tramo entre La Loma y Santa Marta.
- *Terrestre*. Para llegar a la ciudad se puede arribar por la carretera Troncal del Caribe. El acceso puede ser por la carretera Bucaramanga-vía troncal oriental y Medellín - Barranquilla vía troncal del Caribe.

La central de transporte intermunicipal trasladada sobre la Troncal del Caribe ha mejorado notablemente sus servicios, además de poseer una infraestructura física acorde con la categoría de la ciudad.

10.2.3 Infraestructura urbana y turística.

10.2.3.1 Servicios Públicos.

El éxito de las temporadas vacacionales en Santa Marta, se ve afectada de sobre manera por la prestación de los servicios públicos como son: Agua potable, energía eléctrica, aseo, servicio telefónico, alcantarillado, vigilancia policiva, control de tráfico, etc.

Durante la temporada de diciembre de 1994 Metroagua realizó mantenimiento en las plantas de "El Roble" y Mamatoco, del invierno depende que los caudales de líquidos sean buenos. En cuanto al aseo, más de 110 personas se encargaron de atender los puntos estratégicos de El Rodadero, Taganga y Neguanje. Telesantamarta por su parte aseguró que no presentarían traumatismo por su moderna red de telefónica local. El control vehicular y horizontal. La policía Nacional actuó como organismo regulador del funcionamiento de ventas

ambulantes en la zona de El Rodadero, encargándose al mismo tiempo de salvaguardar la bahía, se instalaron las boyas de tránsito de los vehículos náuticos como motos, lanchas y bicicletas marinas.

Los operativos de seguridad se incrementaron en toda la ciudad para evitar robos de objetos personales y de vehículos. Se aseguró que en el Rodadero no operarían más de 700 vendedores ambulantes carnetizados.

Las anteriormente enunciadas fueron las estrategias para el beneficio del turismo planificado, sin embargo pasada la temporada se mostró una faceta muy diferente y la inminente necesidad de dotar a la ciudad de una completa infraestructura de servicios que posibilite la atracción turística, dejando de lado el desbordamiento de aguas negras, la insuficiencia del servicio de energía, los trancones y confusión vehicular, la contaminación ambiental, el acoso a los turistas por parte de 1.500 vendedores ambulantes, y peor aún la pérdida de vidas inocentes en los balnearios por descuido e irresponsabilidad de los conductores de las lanchas y motos marinas.

De acuerdo con las encuestas realizadas a 96 turistas que visitaron la ciudad en la temporada de mitad de año, la mala calidad de los servicios públicos constituye una de las principales amenazas para el desarrollo del turismo, de acuerdo con los resultados el 43.7% de los turistas califican los servicios como buenos, el 40.6% los consideran

como malos y el 15.6% los califican como muy deficientes, (véase figura 2).

Vale a la observación de que la mayoría de las personas que califican los servicios públicos como buenos se hospedan en El Rodadero. El porcentaje de turistas que consideran que la prestación de servicios públicos es regular o muy deficiente es preocupante, al verse gravemente afectado la imagen y promoción de la ciudad a los ojos de nuestros visitantes.

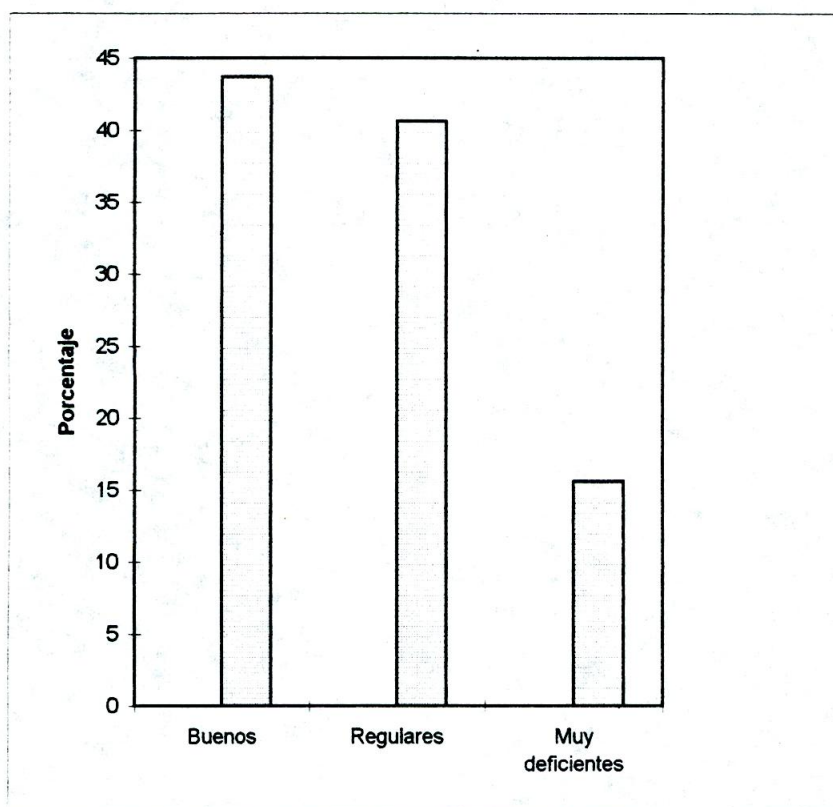


FIGURA 2. Evaluación de servicios públicos según la muestra (n = 96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

10.2.3.1.1 Situación sanitaria

Para 1993 la empresa Induval, desarrolló la instalación de un tubo maestro de agua para garantizar el servicio desde Gaira al aeropuerto. En el caso urbano la situación para 1995 se inició con un intenso verano que disminuyó los caudales de las fuentes de abastecimiento como en el caso del río Manzanares y el trasvase de río Piedras.

La planta de tratamiento de Mamatoco, presenta un déficit cerca del 50% con referencia a los niveles 400 y 230 litros por segundo, se espera que con el invierno logren recuperarse.

Durante la temporada de diciembre de 1994 el equipo de limpieza Bacco, se encargó del buen funcionamiento del sistema de alcantarillado de El Rodadero.

La Corporación Nacional de Turismo hizo instalar una tubería desde el Hotel Santamar hasta la estación de bombeo de Gaira para la evacuación de las aguas negras de ese sector; sin embargo queda pendiente por atender la situación de estancamiento de aguas de otros sitios de la ciudad.

10.2.3.1.2 Aseo

Uno de los factores que manifiesta los visitantes según la encuesta realizada y que impide que Santa Marta internacionalmente con el turismo es el desaseo, un 2.08% justificó de esta manera su respuesta negativa a la competitividad turística de la ciudad.

A pesar de los trabajos de la empresa Espa en el Rodadero, Taganga y Neguanje; del barrido mecánico en Los Cocos y la desembocadura del río Manzanares y de la atención especial a Bello Horizonte y Pozos Colorados, hay que tener en cuenta que influye mucho en el aspecto paisajístico los famosos “lotes de engorde”, los cuales por falta de concientización de la ciudadanía son usados comúnmente como botaderos de basuras, para lo cual debería considerarse su encercamiento. De igual forma otro de los aspectos que contribuye en el mal aspecto de Santa Marta y sus alrededores es el “turismo de olla” al cual nos referimos anteriormente y que por lo general se presenta los fines de semanas.

El pago del servicio de aseo en Santa Marta implica lo siguiente:

- Recolección domiciliaria
- Barrido y limpieza de vías, playas y áreas públicas
- Transporte y disposición final de basuras.

La empresa Espa, para 1995, presta sus servicios con la siguiente dotación:

- vehículos colectores: 5 pequeños y 5 grandes; los vehículos pequeños tienen una capacidad de 6.5 toneladas y los grandes de 14.5 toneladas.
- Dos volteos como apoyo a los sectores del El Pando, Las Colinas y el barrio San Fernando.

- Una camioneta de reparto para el personal.
- Dos barredoras, una mecánica y una de playa.
- Un tractor para cajas estacionarias.
- Recurso humano: 28 escobitas para el centro histórico de Santa Marta y 9 para el sector de El Rodadero.

10.2.3.1.3 Telecomunicaciones.

Para este año (1995) la firma Italtel entregó los trabajos de reposición de las líneas de la planta electromecánica al sistema digital, de las cuales tres mil pasarán en su totalidad al nuevo sistema; las otras dos mil se colocarán a la venta a finales del mes de marzo. El costo total del proyecto de ampliación de nueve mil líneas más, con lo cual se espera en un ciento por ciento el servicio telefónico.

10.2.3.1.4 Energía eléctrica

Aún cuando la comunidad samaria ya está acostumbrada a los repentinos cortes de energía, lo cual es bastante molesto, está en manos de Corelca la obtención del fluido necesario, sin tener en que sacrificar a los residentes de la ciudad para abastecer a los principales balnearios del Distrito.

10.2.3.1.5 Situación Vial

Para la administración Distrital entre 1992 - 1994, el plan vial consistió en:

- Terminación de la Avenida Tamacá.
- Terminación de la Avenida del Río.
- Desvío de la Quebrada de Bureche hasta el río Gaira.
- Recuperación de la Glorieta de La Lucha.
- Renovación de la semaforización existente y ampliación de su cobertura entre otros.

La red vial está conformada por un eje principal de la cual se desprende otras vías, este es la Troncal del Caribe.

Las principales vías de la ciudad son las siguientes:

- Avenida del Ferrocarril, es la más importante, con un alto tráfico. Longitud 4.45 kms.
- Avenida Libertador. Longitud 5.56 kms, dos calzadas.
- Troncal del Caribe. Longitud 5.00 kms, una sola calzada.
- Avenida del Río. Longitud 4.57 kms, dos calzadas y un separador.
- Paseo Bastidas. Longitud 1.37 kms, dos calzadas y un separador.
- Carrera 19. Longitud 3.14 kms, dos calzadas y un separador.
- Avenida Santa Rita. Longitud 3.5 kms, dos calzadas y un separador.

Vías colectoras:

- Calle 30. Longitud 3.12 kms, en mal estado.
- Avenida Campo Serrano. Longitud 3.45 kms
- Calle 6. Longitud 1.16 kms, comunica a Taganga.
- Calle 11. Longitud 2.58 kms.
- Carrera 16. Longitud 2.58 kms.
- Carrera 11. Longitud 1.08 kms.
- Calle 18. Longitud 1.38 kms.
- Carrera 8. Longitud 1.23 kms.
- Carrera 13 Longitud 1.80 kms.
- Avenida Colón Los Comuneros (carrera 12). Longitud 995 m.
- Avenida Eduardo Vives Campo. Longitud 750 m.
- Carrera 36. Longitud 400 m.
- Calle 28 C Diagonal 28 G. Longitud 1.15 kms.

Debe tenerse en cuenta la temporada del arreglo de calles y carreras en mal estado, situación que al parecer tendrá solución con la aplicación del plan centro de los actuales gobernantes.

10.2.3.2 Infraestructura hotelera.

10.2.3.2.1 Usos del suelo turístico hotelero

Los suelos destinados al turismo y a la actividad hotelera son aquellos que se orientan hacia la construcción de edificaciones con destino habitacional turístico. Se clasifican de acuerdo a esto en cuatro grupos.

1. *Ecohoteles*. Constituyen las áreas destinadas a las edificaciones fusionadas con el medio ambiente contruidos por materiales especiales que eviten su deterioro.
2. *Hoteles*. Áreas destinadas para la construcción hotelera con categoría de tres a cinco estrellas.
3. *Moteles*. Lo conforman las áreas para el alojamiento en temporadas cortas, integrarse al medio ambiente natural.
4. *Apartahoteles*. Son áreas para alojamiento permanente de los visitantes, se debe ser considerado al igual que en las dos anteriores el medio ambiente natural.

El siguiente cuadro es el resumen de los usos generales del suelo hasta el año 2002 (véase Tabla 1).

TABLA 1. Cuadro resumen de los usos generales del suelo año 2002.

USO DEL SUELO	HECTÁREAS	PORCENTAJE
Residencial	1.818	23.73
Turístico Hotelero	415	5.87
Comercio Negocio Servicio	116	1.64
Institucional act. especial	568	8.04
Múltiples	360	5.09
Recreacional y Parques	212	4.13
Reserva y vacantes	1.618	23.89
Industrial	104	1.50
Estudios especiales	152	2.15
Sur urbana	1.552	21.96
TOTAL	7.065	100.00

Fuente: Plan de Desarrollo del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, 1993.

10.2.3.2.2 Capacidad Hotelera

La infraestructura de Santa Marta, se encuentra en capacidad de ofrecer a sus visitantes grandes facilidades turísticas, para corroborar ésta afirmación se consultó la capacidad de 25 establecimientos de hospedaje en la ciudad (véase tabla 2), los cuales presentan a disposición del turista lo siguiente: Confortables habitaciones con aire acondicionado o ventilador, baño privado, restaurantes, de acuerdo a la categoría puede contarse piscinas, áreas deportivas, lavanderías, gril, casino, comidas bufets, sillas y tomadores de sol, paseos a caballo, deportes acuáticos, juegos concursos, discotecas, antena parabólica, sala de televisión, planta eléctrica, servicio a la habitación, servicio telefónico, etc.

Los costos de alojamiento varían de acuerdo a la temporada y categoría (antiguamente número de estrellas) de los hoteles, así:

Hotel Maracaibo (una estrella) Habitación doble vista al jardín \$7.000 (1 persona).

Hotel Irotama (cinco estrellas) Habitación doble vista al jardín (\$89.505)

TABLA 2 Infraestructura hotelera.

ESTABLECIMIENTO	No DE ESTRELLAS	No DE HABITACIONES	No DE CAMAS
Irotama	5	134	652
Santamar	4	123	189
Tamacá Decameron	4	84	139
Decamerón Galeón	4	243	640
El Rodadero	3	44	149
La Riviera	3	75	240
La Sierra	3	75	220
Arhuaco	3	59	220
Yuldama	3	60	151
Panamerican	3	46	204
Edmar	3	45	137
Mar Azul	3	39	108
Betoma	2	65	175
Taybo	2	44	110
Sol Hotel Inn	2	31	95
Ballena Azul	2	30	102
Maracaibo	1	34	81
Park Hotel	1	100	280
Valladolid	1	54	160
Andrea Doria	0	14	41
Español	0	25	75
Ubi	0	21	42
Mansión del Mar	0	35	90
Rocamar	0	17	33
Andrea Doria No 2	0	47	150
TOTAL		1544	4483

Fuente: Las autoras.

A pesar de que la calificación por estrella ya no es empleada para los hoteles, debido a que éstos determinan actualmente su categoría por el servicio ofrecido, hacemos alusión a las estrellas para mostrar con mayor claridad la posición y la excelencia de los mismos así:

– *Hoteles cinco estrellas:* Cuentan entre otros con los siguientes servicios: Teleconferencias vía satélite, comunicación por fax y telex, recepción por antena parabólica, centro ejecutivo, modernas ayudas audiovisuales, traducción en todos los idiomas necesarios habitaciones alfombradas, aire acondicionado, circuito cerrado de televisión, agua caliente, comidas buffets, sillas y tomadores de sol, piano bar, parqueaderos, planta eléctrica, lavandería, piscinas, boutiques, paseos a caballo, deportes acuáticos, etc.

– *Hoteles de cuatro estrellas:* Poseen entre otros los siguientes servicios: Habitaciones alfombradas, aire acondicionado, baño privado, circuito cerrado de televisión, antena parabólica, servicio a la habitación, piscina, salón de conferencia, máquinas de hielo para uso libre de los huéspedes, pianobar, discotecas, etc.

– *Hoteles de tres estrellas:* Habitaciones con aire acondicionado, agua caliente, antena parabólica, cajillas de seguridad, salón de conferencias, boutiques, restaurante, parqueadero, teléfono, piscinas, grills, servicio a la habitación, etc.

– *Hoteles de dos estrellas:* Los servicios que prestan son los siguientes: Habitación con aire acondicionado, sala de televisión, teléfono, cajillas

de seguridad, parqueaderos, restaurante, piscinas, discotecas, servicio a la habitación, etc.

– *Hoteles de una estrella:* Ofrecen lo siguiente: Habitaciones con aire acondicionado o ventilador, baño privado, servicio telefónico, restaurantes, discotecas, ambiente familiar, sala de televisión, etc.

Para la realización del turismo de congresos, los siguientes hoteles poseen a su disposición salones para conferencias y reuniones:

- Hotel Arhuaco
- Hotel Betoma
- Centro Vacacional Casa Grande
- Centro Vacacional Corveica
- Hotel Edmar, capacidad para 20 personas
- Hotel El Rodadero
- Hotel Kaloha
- Hotel La Sierra
- Hotel La Riviera
- Hotel Irotama
- Hotel Yuldama Santa Marta
- Hotel Yuldama Inn
- Hotel Los Veleros
- Hotel Santamar
- Hotel Decamerón Galeón
- Hotel Tamacá Decamerón.

10.2.4 Reorganización institucional

El trabajo en conjunto de las entidades a cargo con la administración Distrital es el punto clave para lograr que la actividad turística salga adelante. En el distrito de las instituciones que trabajan en pro del turismo planificado son: La empresa del turismo de Santa Marta (ETURSA) y el fondo mixto de promoción.

Además se relacionan indirectamente entidades como la Asociación de Restaurantes y Similares (ACODRES) y la Asociación Hotelera de Colombia Cotelco.

10.2.4.1 Empresa de Turismo de Santa Marta ETURSA

Entidad creada por el decreto acuerdo No 1001 del 30 de noviembre de 1992, con vinculación a al Alcaldía Mayor de la ciudad. La empresa tiene un carácter industrial comercial y es de duración indefinida. Su localización actual es la calle 19 No 2A-09. Su dirección y administración están a cargo de la Junta Directiva y el Gerente.

La Junta Directiva está conformada por:

- El Alcalde Mayor del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.
- El Secretario de Planeación Distrital
- El director del Fondo Mixto de Promoción.
- Dos Representantes del Consejo.
- Un Representante de Cotelco.
- El Gerente de ETURSA, con voz, pero sin voto.

Son entre otras funciones de ETURSA:

- Implementar el desarrollo turístico de Santa Marta en el país y en el exterior.
- Formular políticas y determinar pautas en concordancia con el Departamento de Planeación Distrital para la promoción y el desarrollo turístico.
- Servir como medio de establecimiento hoteleros colonias vacacionales, restaurantes, agencias de viajes, etc.
- Construir o administrar obras y servicios relacionados con el turismo, dentro de su jurisdicción.
- Regular todo lo concerniente a servicios turísticos como transporte turístico, hospedajes, información, en coordinación con otras instituciones bien sea de carácter nacional, departamental o Distrital.
- Promover la creación de una corporación organizadora de las fiestas del mar, con autonomía y patrimonio propio.
- Administración a nombre del distrito en el manejo de playas de la ciudad.

- Apoyar festividades como: Carnavales, fiestas del mar, eventos especiales y en general todos aquellos que den pie al fomento del turismo de la región.
- Coadministración o administrar usos de monumentos arquitectónicos de propiedad Distrital o Nacional.
- Impulsar intercambios turísticos con otras ciudades, departamentos o países.
- Podrá recibir por delegación de la Alcaldía Mayor la facultad de administrar muelles o sitios turísticos.
- Para cumplir con los objetivos y fines de la empresa podrá recibir préstamos sin sobrepasar su capacidad de endeudamiento.

10.2.4.2 Corporación Nacional de Turismo C.N.T.

Bajo la Ley 60 de 1968 y el decreto extraordinario 2.700 de ese mismo año, dio origen a la hoy extinta Corporación Nacional de Turismo, como una empresa de carácter industrial y comercial del Estado. Con personería jurídica y capital independiente, vinculada al Ministerio de Desarrollo Económico.

Según el artículo 20 del decreto de No 2154 del 30 de diciembre de 1992, sus funciones consistían en:

- Promocionar el mercado turístico de Colombia dentro del país y en el exterior.

- Preparar programas de desarrollo turísticos y someterlos a consideración de los funcionarios, organismos y entidades a las cuales corresponda su aprobación o ejecución o aprobación según el caso.
- Prestar a los inversionistas interesados en el sector, servicio de información básica sobre la actividad turística y sus requerimientos.
- Prestar a las autoridades competentes servicio de información sobre la promoción y creación de centros turísticos, de recreación y en general, de toda clase de establecimientos destinados al turismo, así como a los encargados de la protección, seguridad e información al turista.
- Fomentar y promover consorcios empresariales, asociaciones regionales o gremiales y toda clase de sociedades con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, públicas o privadas que tengan por objeto la promoción del turismo colombiano, así como participar en tales organismos si fuere necesario.
- Iniciar y ser parte de los procesos de explotación de los bienes inmuebles u otros considerados como recursos turísticos nacionales...⁴¹

La administración de la CNT estuvo a cargo de la Junta Directiva Integrada por:

⁴¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO. Decreto 2154 de diciembre 30 de 1992 Santafé de Bogotá: El Ministerio. 1992 1-2

- Ministerio de Desarrollo Económico.
- El Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Tres Ministros que el Presidente de la República delegue.

Su patrimonio lo constituye la venta de acciones o bonos, su participación en sociedades, la suma que el presupuesto nacional le designe, la utilidad y producido de sus operaciones y los bienes que adquiera.

10.2.4.3. Fondo Mixto de Promoción

Bajo esta denominación se conoce a la agrupación que sin ningún ánimo de lucro forman entidades públicas y privadas con el interés de impulsar la actividad de carácter turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, promocionando la ciudad.

Su personería jurídica es la número 576 de octubre 18 de 1982, presenta actualmente como socias las siguientes empresas:

Acodres, Aerorepública, Almacén Soraya, American Airlines, Audiodiscos, Avianca, Avis Rent a Car, Cámara de Comercio, Correcaminos, Corporación Nacional de Turismo del Magdalena, Corveica, Credencial, Del Valle Tours, Diners, Ecodestino, Etursa, Fondo Mixto de Promoción, Hotel Arhuaco, Hotel Betoma, Hotel Decamerón Galeón, Hotel Decamerón Rodadero, Hotel Edmar, Hotel El Rodadero Hotel Irotama, Hotel la Ballena Azul, Hotel La Riviera, Hotel La Sierra, Hotel Panamerican, Hotel Park Hotel, Hotel Santamar,

Entrevistas, La Esollera, Licores Cañamar, M.V. Tours, Museo Bolivariano, Restaurante Panamerican, Restaurante el Pez Caribe, Restaurante Pincho S.A.T., SAM, Sportur, Tierra Mar Aire, Turismo Dovel, Viajes Cepeda.

Son funciones del fondo Mixto de Promoción las siguientes:

- Elaboración de Planes de Promoción turística para la ciudad.
- Impulsar la realización de investigaciones de las actividades turística.
- Ser ente coordinador entre las autoridades gubernamentales y los distintos sectores facilitando el desarrollo de objetivos comunes.
- Participar en actividades que propicien la llegada de visitantes nacionales y extranjeros al Distrito.
- Impulsar medidas que promocionan turísticamente a Santa Marta, en el marco de las políticas nacionales, departamentales y distritales.
- Estimular en la ciudad la cultura turística que permita el disfrute de los atractivos.

10.2.4.4 Otras Entidades

Asociación de Restaurantes similares, conocida igualmente como la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (ACODRES). Es

una entidad sin ánimo de lucro, con personería jurídica 1171 de septiembre 15 de 1988.

Su principal objetivo es orientar, coordinar y defender los intereses de todos sus afiliados a través de la capacitación del recurso humano y propaganda gastronómica.

Son funciones de Acodres las siguientes:

- Representar a sus asociados ante las entidades para defender sus derechos, integrando la industria de restaurantes y gastronómica.
- Atender las necesidades de sus miembros en relación a servicios, gestión, asesoría e información.
- Cobijar establecimientos que cumpliendo con las normas legales, desarrollen sus actividades comerciales.
- Crear vínculos de comunicación entre sus asociados para lograr mayor colaboración.

En la actualidad Acodres, cuenta con 22 afiliados, siendo éstos: Restaurante La Casona, Panamerican, Centro Vacacional Corveica, Pez Caribe, Pincho, Crepes Ambrosía, La Escollera, Golosinas Ricas, La Barra Viva, Las Velas, El Rincón del Viejo Alfonso, Todo Broaster, La Gran Muralla, Mambiar, Sol Quemao, La Ballena Azul, La Romería;

Son socios adherentes: Diners Club, Bic Mastercard, Banco de Occidente, Hotel Santamar, Disgracol, Ltda.

Entre los servicios que presta Acodres a sus afiliados se encuentran:

- Asesoría Jurídica
- Licencia de Funcionamiento
- Sayco y Acinpro
- Asesoría en montaje
- Tarjetas de créditos
- Bolsa de empleos
- Fondo Mixto de promoción turística
- Festival gastronómico
- Congresos
- Tecnoalimentaria
- Concursos nacionales
- Boletín cocoditas
- Boletín nacional El Plato fuerte
- Documentación
- Concursos de capacitación
- Cenas de integración
- Placa identificativa
- Tarjeta identificativa, para obtener descuentos en los restaurantes afiliados a Acodres.
- Sistemas de socios adherentes.

Requisitos para la afiliación a Acodres:

- Registro de Cámara de Comercio
- Certificación de existencia legal
- Fotocopia de la cédula del representante y/o propietario
- Fotocopia de Nit
- Dos referencias Bancarias
- Dos referencias comerciales
- Diligenciar solicitud de ingreso
- Cancelación de una cuota de \$45.000= para afiliación y cuota del trimestre en curso por \$45.000=.
- Asociación colombiana de hoteleros cotelco. Fundada en 1954 y en el departamento del Magdalena funciona desde hace 4 años.

La Asociación se encuentra conformada por establecimientos y empresas de la industria hotelera.

Actualmente desarrolla una campaña en contra de la hotelería paralela, la cual se dio a conocer 27 de septiembre de 1995, haciéndole ver a los turistas que los alojamientos turísticos adecuados lo constituyen los hoteles, en los cuales se goza un seguro y se paga por estar bien atendido.

10.3 OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

10.3.1 Oferta turística

La constituyen los productos turísticos representados en los atractivos descritos anteriormente en el inventario de recursos, apoyados por la

accesibilidad que ofrecen los medios de comunicación existentes y las facilidades turísticas disponibles para los turistas, como es el hecho de proporcionar alimentación, distracciones y alojamientos adecuados. Sobre éste último aspecto se hizo alusión en la infraestructura hotelera y para la práctica del turismo ecológico, el parque Nacional Tayrona ofrece el servicio de cabañas y una zona de camping para 75 carpas. fuera del inventario de recursos, para la distracción turística en la ciudad existen:

- Discotecas como Mi Ranchito, La Escollera, Cupido, Sawañad, Etc.
- Casinos y juegos: Buritaca, Manhattan Billares Club, Etc.
- Almacenes típicos (artesanías) : El Tiburón, El Rincón del Arte, Antigüedades El Faro. La casa de las Artesanías, Almacén Puerto Libre, etc.
- Juegos Infantiles: Minitrensitos turísticos, parque Mundo Feliz.

Para la movilización terrestre, los transportes urbanos prestan sus servicios, en el centro histórico de la ciudad, con un parque automotor de marca Ford, Chevrolet, Dodge, Fíat, Mazda, Nissan; constituido de la siguiente forma: microbuses 418, buses y busetas 285, busetas ejecutivas 96; para un total de 799 vehículos.

No obstante las empresas de servicio particular juegan un papel muy importante, entre éstas tenemos: Radicom, Radio Taxis, Estación de

Taxis Rodadero, las cuales cuentan con vehículos dotados de aire acondicionado y radio teléfono.

De éstos se encuentran registrados en el oficina distrital de tránsito, 396 hasta agosto de 1995.

Si desea alquilar un carro durante la estadía en la ciudad, se puede recurrir a Autocosta, Avis, Hertz, National, quienes se especializan en el arrendamiento de automotores.

El servicio de transporte netamente turístico ofrecen los siguientes planes de City Tour (Taganga, Casa de la Aduana, Quinta de San Pedro Alejandrino), en un recorrido de cuatro horas por grupo de 11 personas por valor de \$60.000 a playas exóticas como Cañaveral \$60.000 Neguange con paseo en lancha incluido \$10.000 por persona, con derecho a descuento de nueve personas en adelante.

Tour Quinta de San Pedro Alejandrino - Villa Concha: De 10:30 a 5:15, incluido: Transporte ida y regreso, guías especializados, entrada a lugares estipulados, refrescos; por valor de: 12.500 adultos y \$11.000 niños.

Tour Museo del Oro - La Catedral - La Alcaldía Municipal - Zona Comercial - Quinta de San Pedro Alejandrino - Taganga.

Salida 10:00 a.m. a 2:00 p.m. y/o 6:00 p.m.

Igualmente se prestan otros servicios como son:

- Traslado Hotel Aeropuerto \$15.000=
- Traslado Taganga Aeropuerto \$20.000=
- Las características de los vehículos son por lo general las siguiente:
- Capacidad 11 adultos, 12 Adultos o 25 Adultos
- Aire acondicionado
- Particular sin distintivo tipo van
- Chivas

Para realizar estos tours se puede recurrir a los centros de información turística, algunos hoteles realizan contactos para sus huéspedes o fácilmente pueden localizarse a los guías en la bahía de Santa Marta y El Rodadero. Las empresas de éste tipo que funcional en el Distrito son: Del Valle Tours, Mi Ranchito, Correcaminos, Turismo Dovel M.V Tours, Sportur, Viajes Cepeda, Dunama, El Rodadero, Tayronaca, Tayronatur, Tierra Mar y Aire, Operadora de turismo guías y baquianos Ltda, Turcol.

La oferta turística, además de comprometer el transporte y hospedaje involucra la alimentación. Las comidas típicas con base en pescados y mariscos son las favoritas de los visitantes. En Santa Marta funcionan gran cantidad de establecimientos gastronómicos, Los 53 restaurantes que más responden a las demandas turísticas son los siguientes:

a) Restaurantes que pertenecen a hoteles

- La Barra Viva - Irotama
- Panamerican - Panamerican

- Mambiar - Arhuaco
- La Ballena Azul - La Ballena Azul

b) Restaurantes de comidas rápidas;

- Kokorico
- Los pollitos Dicen
- Tropical Broaster
- Presto
- Rápido y Rico
- Nice pizza
- Pizza H
- **Todo broaster**
- **Italian special**

c. Restaurantes de comidas típicas nacionales e internacionales:

- Sol Quemao
- La Casona
- Pez Caribe
- Pincho
- Crepes Ambrosía
- Donde Oscar's
- La Herradura
- El Virrey

- Jardín Paisa
- Toy San
- El Fogón Marino
- Arrieros somos
- La Herradura No 1
- Manuel
- Terraza Marina
- Minga
- Donde Amalia
- Chapultepec
- El Pueblito Paisa
- El Pez Gordo
- Donde Rafa
- El Turista
- El Rincón del Viejo Alfonso
- Las Velas
- La Gran Muralla
- La Romería
- Rico Mar
- Son y Sazón
- Sabrosy No 2
- Sabrosy
- El Chocolo
- Karey
- Los Arrieros
- Bermu'z

- Olímpico
- Mi casita
- Rancho Alegre
- El Delfín
- Flabbius
- Oriental

10.3.1.1 Paquetes Turísticos

Los paquetes turísticos que se ofrecen a los principales hoteles de la ciudad como son el Irotama, Santamar y Decamerón Galeón son los siguiente:

- *Hotel Irotama:*

- a) Plan Europeo. Vigente desde junio hasta diciembre 18 de 1995. Oficio 2575 de la CNT de mayo 8 de 1995. Habitación doble: con vista la jardín. Plan PECAA. 1 persona \$89.505 - 2 personas \$121.095 - Adicional \$31.070.

Habitación doble: Con vista al mar. Plan PECAA. 1 persona \$133.770 - 2 personas \$181.155 - adicional \$47.255.

Suite presidencial : 1 persona \$491.855 adicional \$56.290 Plan PECAA.

Los niños menores de 12 años pagarán la mitad de la tarifa autorizada para la persona adicional. Estas tarifas no incluyen impuestos y están

sujetas a cambio sin previo aviso, son comisionables en un 10% a las agencias de viajes.

b) Plan Semana Irotama; incluye: Tiquete gratis, recepción en el aeropuerto de Santa Marta, traslado desde hacia el aeropuerto, copa champaña de bienvenida, obsequio de Irotama, alojamiento (7 noches), desayuno buffets (2 opciones), almuerzo buffets o servicio a la carta, concursos, gimnasio, saunas, jacuzzi, hora feliz, cena buffet o servicio a la carta, fiesta de medianoche, tenis, paseo en lancha, frutas tropicales, gimnasia aeróbica, rítmica, aperitivos, bailes, veleros, espectacular fogata en la playa, paseo a caballo, transporte a Santa Marta y el Rodadero, Tour por la ciudad o crucero, oferta especial en alquiler de carros.

Tarifas del Plan: (Total siete noches)

Habitación vista al Jardín: 1 persona \$817.555, 2 personas \$1.343.884, 3 personas \$1.974.943, 6 personas \$4.404.196.

Suite Bohío/Suite Superior: 1 persona \$1276.838, 2 personas \$2.007.898, 3 personas \$2.828.045, 6 personas \$5.288.486.

No incluye IVA y están sujetas a cambio sin previo aviso, comisionables en un 10% para las agencias de viajes.

Niños menores de tres años no tienen cargo por habitación, máximo dos niños por habitación y pagan sus consumos, un tercer niño paga medio plan. Niños menores de siete años pagan medio plan, niños de

ocho años cumplidos pagan un plan completo. Toda reserva de un depósito previo.

El plan está vigente de enero 9 al 30 de 1996.

c) Plan Semana Irotama: Del 2 al 9 de enero de 1996.

Comprende todos los beneficios del plan inmediatamente anterior variando las tarifas de la siguiente manera:

Habitación vista al mar: 1 persona \$1.511.861, 2 personas \$2.477.626, 3 personas \$3.028.986, 6 personas \$5.884.098.

Habitación vista al mar: 1 persona \$1.511.861, 2 personas \$2.477.626, 3 personas \$3.526.595, 6 personas \$6.673.502.

Suite Bohío/Suite Superior: 1 persona \$1.851.850, 2 personas \$2.977.220, 3 personas \$4.192.909, 6 personas \$7.839.976.

Total de noches: Siete (7).

d) Plan Semana Irotama: Del 26 de diciembre de 1995 a enero 2 de 1996.

Incluye además de los beneficios antes mencionados, la Cena y fiesta de San Silvestre.

Habitación vista al jardín: 1 persona \$1.381.510, 2 personas \$2.368.470, 3 habitaciones \$3.453.567, 6 personas \$6.708.858.

Habitación vista al mar: 1 persona \$1.723.781, 2 personas \$2.824.926, 6 personas \$7.608.926.

Suite Bohío/Suite Superior: 1 persona \$2.111.421, 2 personas \$3.394.542, 3 personas \$4.780.620, 6 personas \$8.938.854.

Plan Irotama para convenciones con tiquete gratis:

Vigente agosto 25 a diciembre 18 de 1995.

Incluye: Pasaje aéreo gratis a Santa Marta, alojamiento en habitación con aire acondicionado, copa de champaña de bienvenida, desayuno, almuerzo y cena en variados buffets y servicio a la carta, un salón de conferencias en el más moderno y funcional Centro de Eventos y Convenciones de todo el país, dotado de las siguientes ayudas: Televisor, Betamax, VHS, Proyector de Diapositivas, Retroproyector de acetatos, pantallas de proyección y papelógrafos, video beam, pantalla gigante, computador, impresora a color, no incluidos. Dos coffes breaks diarios, utilización de sala gimnasio, sauna, jacuzzi, traslado aeropuerto de Santa Marta, Hotel y viceversa, periódico en al habitación, obsequio de Irotama, tenis, voleyboll, fútbol, otras actividades deportivas y recreativas dirigidas, concursos, shows y espectáculos diarios, designación de funcionarios de nuestro Departamento de Eventos y Convenciones que atenderá el desarrollo del evento.

Los pasajes son intransferibles, no endosables ni son reembolsables para la expedición de pasajes se debe pagar el valor de la tasa aeroportuaria.

Tarifas (para dos noches)

Habitación vista al jardín: Jueves a sábado \$197.700 persona.
Domingo a miércoles \$172.980 1 persona.

Habitación vista al mar: Jueves a sábado \$215.810 1 persona.
Domingo a miércoles \$246.650 1 persona.

Tarifas (para siete noches)

Habitación vista al jardín: Cualquier día de la semana, 1 persona \$106.220, adicional \$60.200.

Habitación vista al mar: Cualquier día de la semana, 1 persona \$132.775, adicional \$72.765.

Toda reserva requiere un depósito del 70% y el saldo debe ser cancelado con anticipación de 15 días a la llegada del hotel para emitir los tickets. Los pagos debe efectuarse en el Banco del Estado. Las tarifas anteriores no incluyen IVA, ni seguro hotelero y están sujetas a cambio sin previo aviso.

f) Plan Irotama para Convenciones sin ticket: Vigentes de agosto 25 a diciembre 19 de 1995.

Incluye: Todos los beneficios del anterior, lógicamente sin el tiquete gratis.

Tarifas: Vista al jardín 1 persona \$101.160.

Vista al mar: 1 persona \$126.450.

Suite Bohío/Suite Superior: 1 persona \$154.385.

g) Plan Irotama para Colegios: Vigente agosto 25 a diciembre 18 de 1995.

Incluye: Refresco de bienvenida, desayuno almuerzo y cena, alojamiento, camiseta Irotama, traslado desde y hacia el aeropuerto de Santa Marta.

Precio diario por persona en ocupación en ocupación quíntuple \$41.210
las tarifas de los planes para convenciones y colegios no incluyen y están sujetas a cambio sin previo aviso.

Hotel Santamar

a) Plan Howard Johnson Caribe

Incluye: Alojamiento en cabañas o habitaciones con aire acondicionado, Tv Cable, agua caliente, música ambiental y todos los servicios de un hotel de primera categoría.

Desayuno, almuerzo y cena diarios tipo buffets y/o servicio a la mesa, dulces típicos de la Región en cada habitación, recreación especializada diariamente, regalo Howard Johnson transporte diario de ida al Rodadero, cóctel de bienvenida, sábados. Juegos de mesa,

Santa Misa los domingos a las 10:30 a.m., recepción en el aeropuerto, fiesta fogata los viernes, 30 minutos de velero, bicicleta marina o canoa, fotografía, sauna, turco, gimnasio.

No Incluye: Llamadas de larga distancia, minibares, lavandería, impuesto y seguro hotelero, servicios no especificados.

Tarifas (4 noches - 5 días)

Tarifas alta temporada: 1 pax \$365.714, 2 pax \$506.000, 3 pax \$691.500, niños \$104.000.

Temporadas Altas: Diciembre 21 a enero 25 de 1996.

Semana Santa, marzo 30 a abril 6 de 1996.

Junio 15 a agosto 15 de 1996.

Temporadas Bajas: Enero 26 a marzo 29 de 1996.

Abril 7 a junio 14 de 1996.

Agosto 16 a diciembre 20 de 1996.

b) Plan Tarjeta Diners Sorprendente:

Reservas con tarjetas Diners, con un 10% de descuento adicional. Sólo \$38.500 por persona, 2 niños gratis menores de 12 años, regalo Howard Johnson. Válido hasta diciembre 15 de 1995.

Hotel Decamérón Galeón.

a) Plan Todo Incluido CPII. Dos niños gratis menores de 12 años, tarifa \$15.000. Tiene promociones en bajas temporadas por parejas.

10.3.2 Demanda Turística

Demanda Internacional. La cual se constituye en generadora de divisas se presenta a continuación, aclarando de antemano que los sitios más frecuentados por los extranjeros son: La Quinta de San Pedro Alejandrino y el Parque Tayrona, según se denota seguidamente (véase tabla 3).

La Excursión al Parque Arqueológica Teyuna ofrecida por la empresa TURCOL (Turismo Colombiano) tiene un costo de \$180.000, para extranjeros, y \$160.000 para colombianos, con una duración de seis días y cinco noches, e incluye:

1. Boleta de entrada al Parque Nacional Sierra Nevada.
2. Boleta de entrada al Parque Arqueológico Teyuna.
3. Transporte ida y regreso.
4. Alojamiento en hamaca con mosquitero.
5. Alimentación adecuada (frutas).
6. Ayudantes o portadores (de hamacas y alimentos).
7. Aporte a las juntas de acción comunal campesina.
8. Aporte a las comunidades indígenas.
9. Servicio de guía experto en la zona.
10. Administración de la oficina operadora TURCOL.

TABLA 3 Turismo Internacional - Parque Nacional Tayrona, Ciudad Teyuna.

Nacionalidad	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Alemania	24	44	106	122	131	56	57
Francia	9	15	34	69	35	23	8
Suiza	29	31	50	56	64	36	7
Austria	1	3	13	14	17	8	1
USA	7	3	22	58	27	15	13
Inglaterra	4	16	74	143	115	31	21
Israel	7	8	42	92	50	15	5
Italia	12	9	11	40	35	9	5
Australia	---	5	15	28	18	6	1
España	2	2	11	13	28	18	7
Dinamarca	1	5	6	3	13	5	1
Bélgica	2	1	7	13	12	11	2
Países Bajos	---	---	1	---	---	---	---
Suecia	---	2	7	19	1	---	2
Argentina	---	1	1	3	2	2	5
Holanda	9	6	14	25	25	9	2
Ecuador	---	---	1	---	---	---	---
Canadá	1	---	23	28	24	5	5
Irlanda	---	1	5	6	8	4	2
Finlandia	---	1	---	---	---	---	---
México	---	1	---	1	---	---	---
Nueva Zelandia	---	3	12	15	7	1	---
Suráfrica	---	1	---	1	2	---	---
Uruguay	---	1	---	1	---	---	---
Noruega	---	2	6	6	2	---	---
Escocia	---	1	2	---	2	---	2
Japón	---	---	1	2	2	---	1
Brasil	---	---	1	---	---	---	---
Venezuela	---	---	3	1	9	---	---

Datos registrados hasta enero de 1995

Fuente: Memorias Primer Congreso Nacional de Ecoturismo
Turcol. Las autoras

es opcional:

- Visita al museo arqueológico Tayrona en Santa Marta.
- Transporte en mula.

Otras empresas como Tayronaca ofrecen los siguientes tours al Parque Tayrona:

1. Tour a Cañaveral - Arrecifes, Salida 10:00 a.m. a 5:30 p.m. Incluye: Transporte ida y regreso, refrigerio frutas; por valor de: Adultos \$18.000 y niños \$16.000.
2. Tour Neguange - Playa Coralina - Playa de las Siete olas, incluye: Guías, transporte, refrigerio, entrada al parque, paseo en lancha, por valor de: Adultos \$14.400 y niños \$11.500.

Las entradas de turistas a la Quinta de San Pedro Alejandrino en los últimos años han sido: Museo Bolivariano, visitado en 1991 por 143.152 personas. En 1993 por 10.222 personas, instalaciones de la Quinta de San Pedro Alejandrino, visitado en 1991 por 154.944 personas; en 1993 por 148.590 personas de las cuales 13.850 son extranjeros.

Las visitas a la Quinta de San Pedro Alejandrino fueron en 1993 un 4.95% menos que en 1992; respecto al Museo Bolivariano fueron en 1993 menores en un 76.66% con relación a 1992 debido al cierre por reparaciones en agosto de ese año.

De acuerdo a los registros del Departamento Administrativo de Seguridad D.A.S., entre enero y septiembre de 1995 ingresaron por puertos y aeropuertos al Distrito 1.592 extranjeros como sigue:

Enero	30 extranjeros
Febrero	72 extranjeros
Marzo	220 extranjeros
Abril	64 extranjeros
Mayo	189 extranjeros
Junio	191 extranjeros
Julio	178 extranjeros
Agosto	55 extranjeros
Septiembre	593 extranjeros

Sin embargo el flujo de turistas es mayor, al no aparecer registrados los visitantes nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad por vía terrestre.

La afluencia de extranjeros y su hospedaje en los principales hoteles de la ciudad como son: Irotama, Santamar, Decamerón Galeón y Tamacá Decamerón, puede observarse claramente en las reservas realizadas durante la semana del 20 al 26 de octubre de 1995.

Hotel Irotama:	122 turistas extranjeros
Hotel Santamar:	17 turistas extranjeros
Hotel Decamerón Galeón:	232 turistas extranjeros
Hotel Tamacá Decamerón:	25 turistas extranjeros.

Para un total de 396 ciudadanos extranjeros alojados en una sola semana de 1995.

Como se puede observar los hoteles que reciben el mayor número de turistas extranjeros son el Irotama y el Decamerón Galeón.

El promedio mensual de personas que se hospeda en estos hoteles es el siguiente:

Hotel Irotama. 13 000 personas al mes, la ocupación a noviembre de 1995 es del 99% de su capacidad.

Hotel *Santamar. Recibe mensualmente 3.992 turistas aproximadamente.

Hotel Decamerón Galeón. Hospeda 8.000 personas mensualmente y hasta 13.000 personas en temporadas altas, lo que representa al año 95/pax.

Demanda nacional. El análisis de la demanda nacional se realizó en base a encuestas en un 90.6%. Para la determinación de ésta primeramente se segmentó el mercado de acuerdo a la edad, sexo y estado civil de los visitantes.

De la misma manera se retoma el término : Perfil del visitante, que hace referencia a su origen, estadía, motivos del viaje, etc; teniendo en cuenta la opinión y conocimientos que los turistas tienen de la ciudad antes y después de su visita. Según la muestra, los sitios que más agradan son las playas y bahías de la ciudad, y como lugar histórico la Quinta de San Pedro Alejandrino, (véase tabla 4).

10.3.2.1 Análisis de los resultados.

10.3.2.1.1 Segmentación del mercado

Según el sexo, el 64.5% de los encuestados pertenecen al sexo masculino, mientras que el sexo femenino se vió representado en un 35.4% como se aprecia, (véase figura 3). La muestra se clasificó de la siguiente manera:

– Según la edad. Atiende a la distribución por intervalos de clase que se registra en el banco de datos de la Corporación Nacional de Turismo. (véase figura 4). La muestra se clasificó de la siguiente manera:

Intervalos de clase (edades)		Porcentaje (100% = 96 turistas)
1 - 15	años	2.0
16 - 30	años	46.8
31 - 45	años	32.2
46 - 50	años	8.3
51 - 65	años	10.4

**TABLA 4. Sitios turísticos de preferencia según la muestra
(n = 96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.**

Sitios Turísticos Preferidos	Número de Turistas
Parque Tayrona	21
El Rodadero	20
Quinta de San Pedro Alejandrino	15
Playa Blanca	8
El Acuario	7
Taganga	6
Bello Horizonte	1
Aún no conocen la ciudad	18
TOTAL	96

Fuente: Las Autoras.

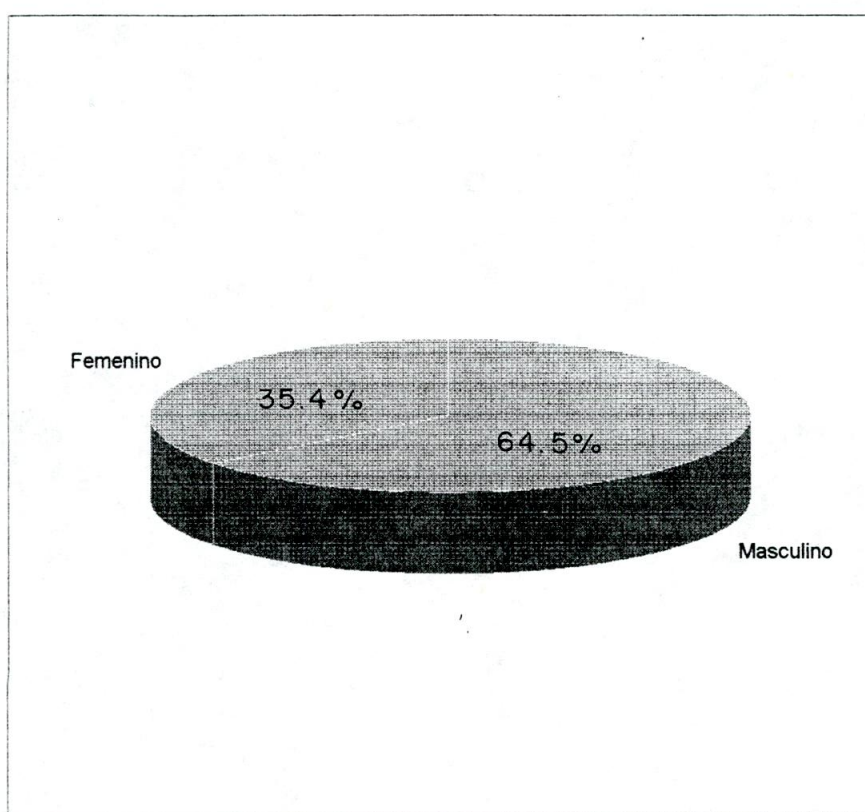


FIGURA 3: Segmentación del mercado según el sexo (n = 96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

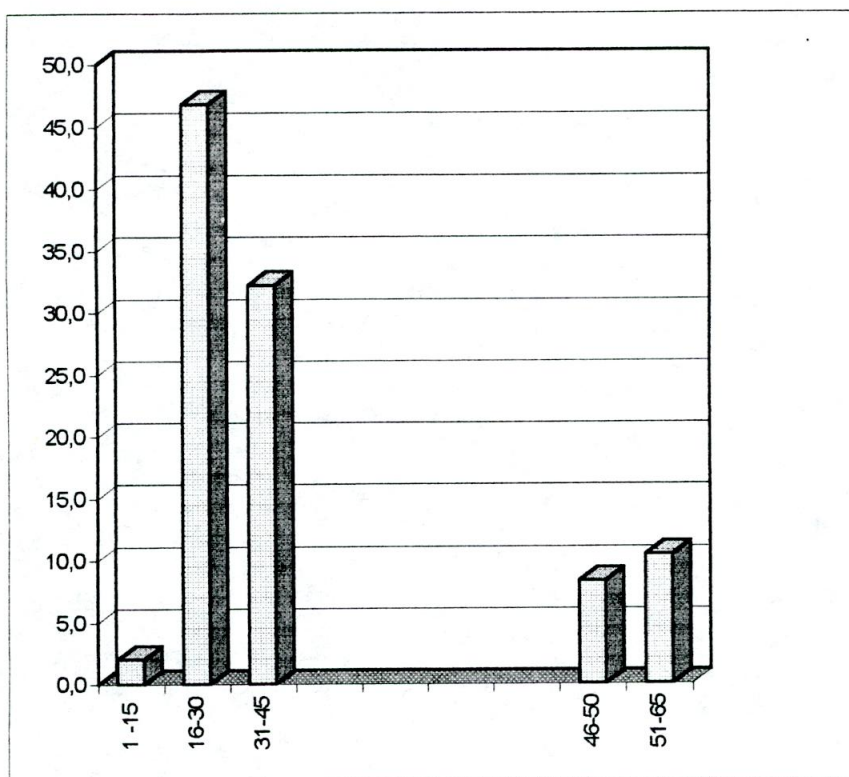


FIGURA 4: Segmentación del mercado según la edad (n = 96 turistas)
en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

Como se observa los jóvenes entre los 16 años y adultos menos de 46 años son los que tienen mayor representatividad, pero esto no necesariamente indica que sean las personas que más viajen con la intención de realizar turismo. El Hecho se justifica por la realización de las encuestas en vacaciones de mitad de año, la cual es aprovechada por los jóvenes estudiantes tanto en los colegios como en las universidades para descansar de las actividades y compromisos académicos del primer semestre lectivo.

– Según el estado civil. De acuerdo a los resultados el 52.0% de los encuestados son casados, el 45.8% son solteros y el restante 2.0% son separados o conviven sin vínculos matrimoniales, (véase figura 5). En los referente a las personas casadas por lo general viajan con sus familias, aprovechando los planes que ofrecen las agencias en épocas de temporada.

10.3.2.1.2. Perfil del visitante.

Al respecto podemos destacar los siguientes puntos:

Procedencia. Según la muestra (n=96 turistas) podemos destacar los siguientes: El 90.6% de los turistas encuestados son nacionales y el 9.3% son extranjeros (véase figura 6).

La mayor afluencia del país procede de ciudades como Barranquilla, Santafé de Bogotá, Medellín, Bucaramanga y otras ciudades (véase tabla 5).

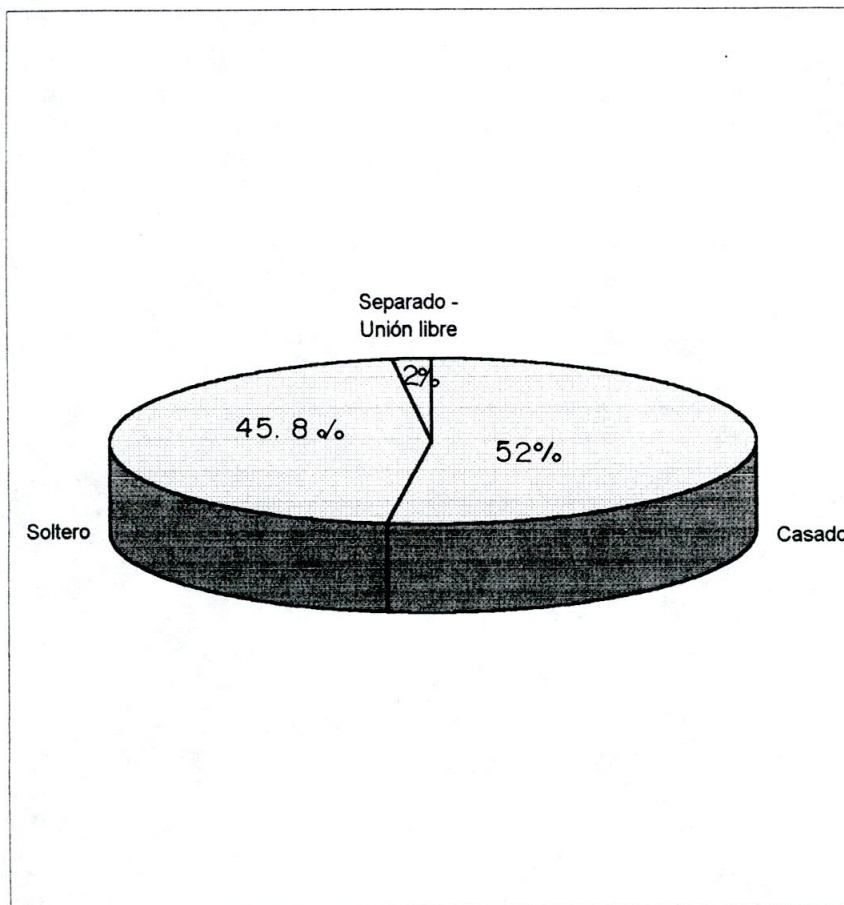


FIGURA 5: Segmentación del mercado según el Estado Civil (n = 96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

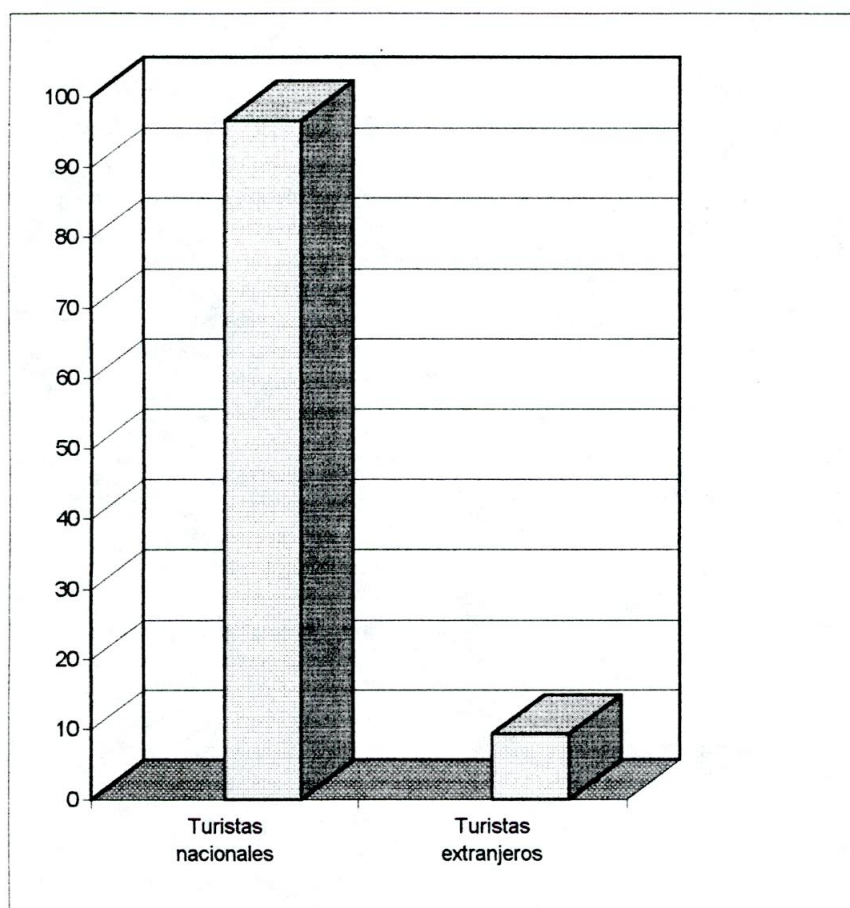


FIGURA 6: Lugar de procedencia de los turistas encuestados (n = 96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

TABLA 5. Lugar de procedencia de los turistas nacionales encuestados en Santa Marta D.T.C.H.

Lugar de Procedencia	Número de Turistas en %
Barranquilla	30
Santafé de Bogotá	27,6
Medellín	12,64
Bucaramanga	8,16
Valledupar	4,60
Pereira	4,60
Cúcuta	4,60
Ocaña	2,30
Armenia	1,15
San Gil	1,15
Cali	1,15
Fundación (Magdalena)	1,14
TOTAL	100%

No es de extrañarse que los habitantes del interior del país, hastiados de los climas templados y fríos, prefieran para vacaciones las regiones cálidas y mejor aún si cuenta con la belleza de Santa Marta. En cuanto a nuestros vecinos de la ciudad de Barranquilla, no es más que la reafirmación del “turismo de olla”, presente en la ciudad. Nótese también que la falta de promoción internacional, el daño a la imagen del país y lógicamente de sus ciudades con el flagelo del narcotráfico y la violencia generalizada, es lo que desmotiva a muchos turistas extranjeros a los que igualmente se les denota sus lugares de procedencia (véase tabla 6).

Estadía. En cuanto al tiempo de estadía, según la muestra el 53.1% piensas permanecerás menos de una semana en la ciudad , el 36.4% permanecerá una o dos semanas que le reponga las fuerzas físicas y mentales para continuar con sus labores diarias.

TABLA 6. Lugar de procedencia de los turistas extranjeros encuestados en Santa Marta D.T.C.H.

País de Procedencia	Número de Visitantes en %
Alemania	33,33
Estados Unidos	33,34
Argentina	22,22
Australia	11,11
TOTAL	100%

Fuente: Los Autores.

- Motivos del viaje. Por los resultados obtenidos se observa que el 9.3% de los turistas vienen en plan de negocios, el 87.9% son motivados por el descanso, el 1.04% arriba a la ciudad para visitar a sus familiares y amigos, y un 2.0% los atrae el turismo cultural y científico, éste último apoyado por las riquezas arqueológicas de la región (véase figura 7).
- Sitios de hospedaje. De los 96 turistas encuestados el 42.7% se hospeda en hoteles, el 20.8% se aloja en casa de amigos y familiares, y el 30.4% pernocta en apartamentos propios o alquilados, vehículos, campings o en las playas al aire libre (véase figura 8).
- Conocimiento del inventario de recursos. Al determinar el conocimiento que los turistas tienen de la ciudad el 18.7% manifestó no conocer aún sus atractivos, el 77.5% conoce algunos sitios turísticos y el 43.7% han visitado casi todos los sitios de interés, combinando el descanso con el turismo cultural (ver figura 9).
- Competitividad turística. La opinión de los visitantes tienen de Santa Marta, estableció los siguientes resultados, el 84.3% considera que el distrito puede competir internacionalmente con el turismo, el 15.6% por diversas razones estima que la ciudad no tiene capacidad ni la trascendencia para promocionarse internacionalmente, (ver figura 10 y tabla 7 y 8).



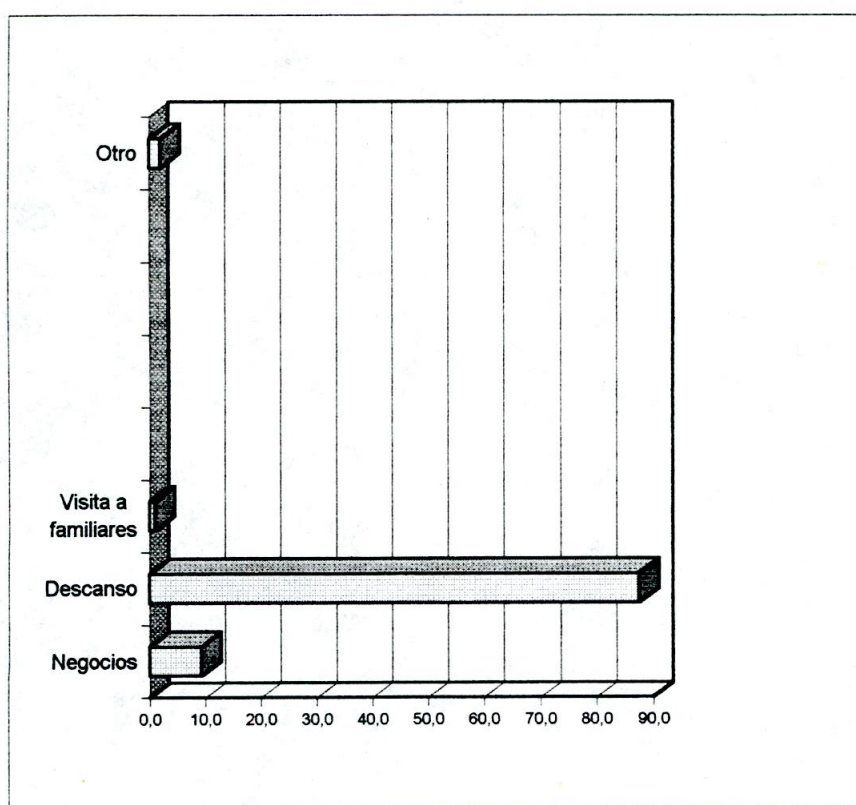


FIGURA 7: Segmentación del mercado según motivo de viaje (n = 96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

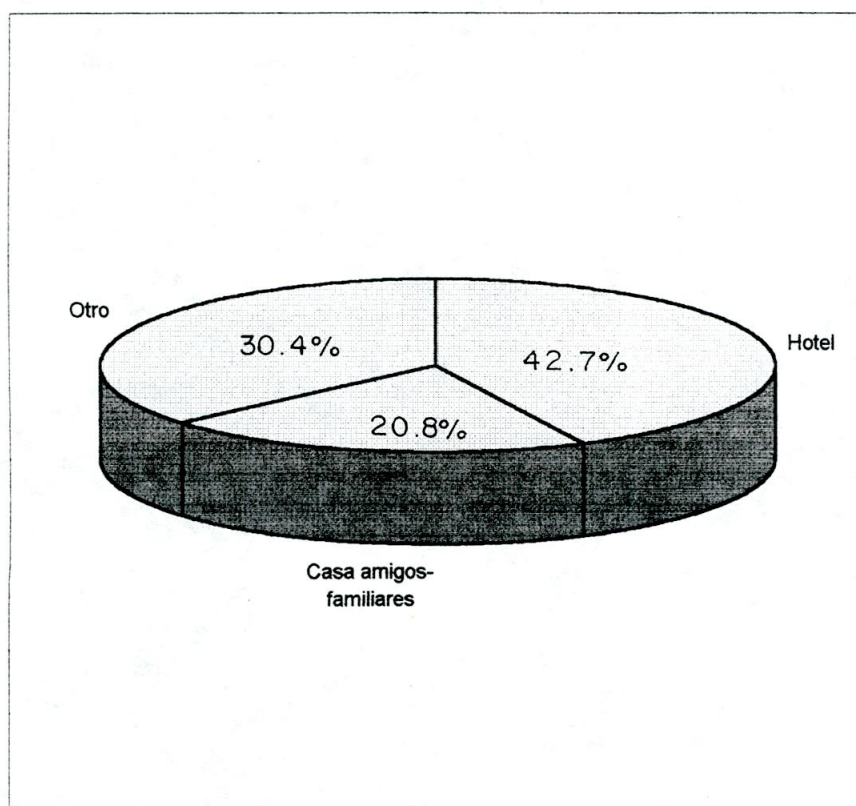


FIGURA 8: Clasificación del hospedaje según la muestra (n = 96 turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

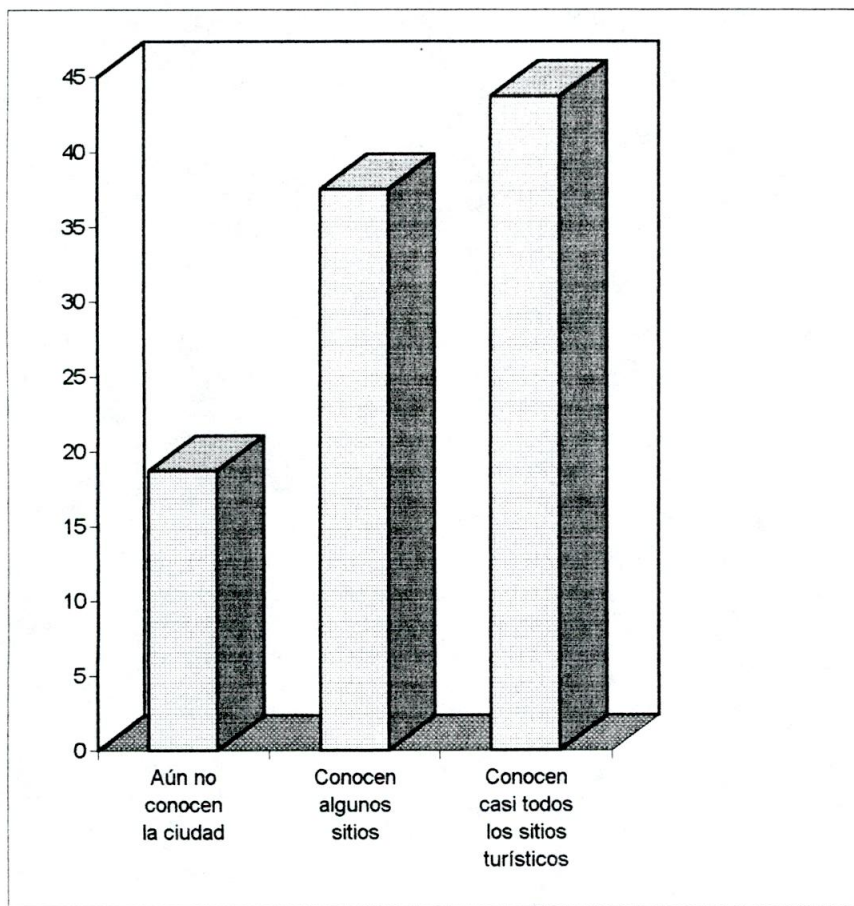


FIGURA 9: Conocimiento del inventario de recursos según la muestra (n = 96 Turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

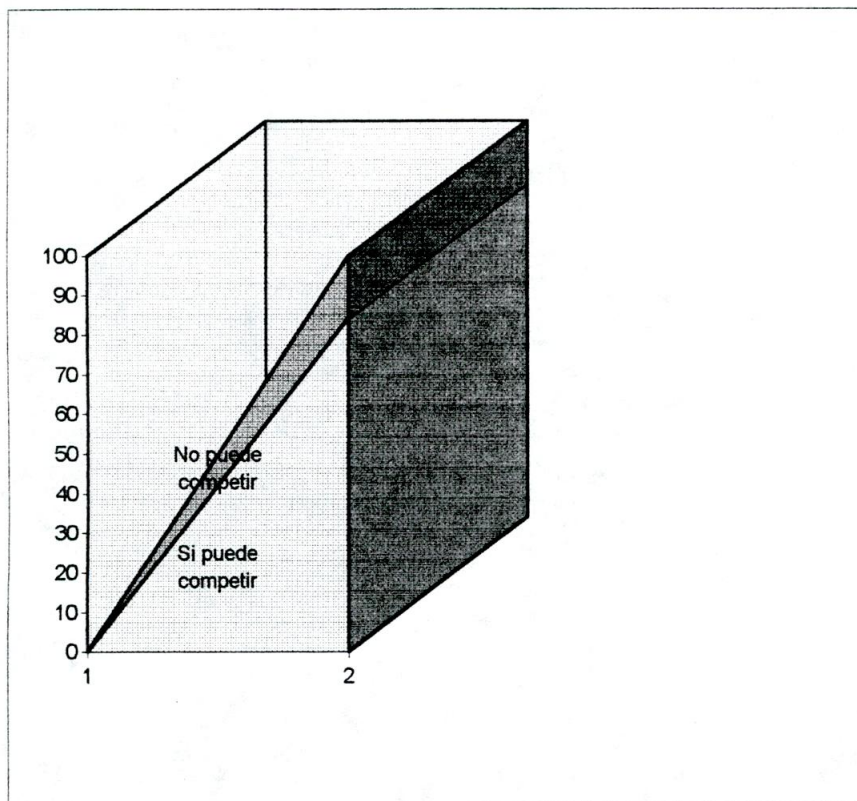


FIGURA 10: Evaluación de la competitividad turística de Santa Marta según la muestra (n = 96 Turistas) en Santa Marta D.T.C.H.

Fuente: Las Autoras

TABLA 7. Factores positivos de la competitividad turística de Santa Marta D.C.T.H., según la muestra.

Factores Positivos	Número de Turistas en %
Playas exóticas	37,04
Belleza natural	19,76
Variedad sitios turísticos	16,05
Infraestructura adecuada	7,45
Buenos hoteles	4,94
Ubicación geográfica ideal	3,70
Materia prima de inversión	3,70
Gente amable	3,70
Ambiente agradable	2,47
Mujeres hermosas	1,23
TOTAL	100%

TABLA 8 Factores negativos de la competitividad turística de Santa Marta D.T.C.H., según la muestra.

Factores Negativos	Número de Turistas en %
Falta infraestructura	60,00
Falta progreso	20,00
Desaseo	13,33
Clima	6,67
TOTAL	100%

Fuente: Los Autores.

10.3.3 Población.

El aumento o disminución de la población de una determinada región, no sólo depende de el crecimiento vegetativo sino también, de los movimientos migratorios de la misma.

La información sobre de la población del Magdalena consignada en esta investigación tanto al turismo planificado como al recreativo. De acuerdo con los datos registrados en el XVI censo nacional de población y de vivienda en 1993, la población total ajustada en Santa Marta fue de 244.415 habitantes, de los cuales 117.165 son hombre y 127.250 son mujeres.

La tasa de emigración es igual a $TE = E/P$

E = Egresos

P.= Población promedio.

Los movimientos migratorios del departamento del Magdalena registrados por el Departamento Administrativo Nacional De Estadística DANE, entre los años 1990 a 1995 es de 34.371 y los proyectados para los años 1995 a 2.000 corresponde a 33.983.

La tasa bruta de mortalidad (0/0) según proyecciones subnacionales de población del departamento para los años 1995 - 2.000 es de 5,39.

10.4 INDICE DE ESTACIONALIDAD

La afluencia desaforada de los turistas a la ciudad de Santa Marta, es singularmente marcada en 3 épocas del año como son: Semana Santa mitad y fin de año.

– La Semana Santa o Semana Mayor que de acuerdo con el año litúrgico es el período siguiente a la cuaresma son días de gran recogimiento y devoción, pero en la ciudad resulta más bien un hecho turístico que religioso, donde se colma al máximo los balnearios y sitios turísticos de la ciudad.

Las actividades desarrolladas en 1995 para esta temporada por la corporación ETURSA, para mantener **divertidos** a los visitantes fueron el festival del frito, el dulce, y la fogata; además las empresas bavarias organizó un concurso de voleybol playa.

Como aspecto negativos se presentaron el “turismo de olla”, la falta de conciencia de algunos conductores que manejaron en estado de embriaguez dejando como producto accidentes de tráfico, la falta de atención de los restaurantes vendedores de carnes de animales en peligro de extinción como iguana, icoteas, etc; y la proliferación de los niños de la calle

– En mitad y fin de año. Motivados por el disfrute de las vacaciones de mitad (mediados de junio y julio), fin (noviembre - diciembre) e inclusive comienzos de año/son numerosos los visitantes que arriban a la ciudad.

* OCT.

Para lograr el éxito de estas temporadas de gran prolongación, por lo general de un mes o mes y medio, se necesita de la unión de criterios de organismos pertinentes, con el fin de tomar medidas para solucionar las irregularidades que por experiencias pasadas se conocen.

Los espectáculos públicos y concursos como los conciertos, concursos de tangas, camisetas mojadas y otros requieren de mayor organización para su buen funcionamiento. Recordando siempre que de la buena atención al turista depende su regreso y la buena imagen a la ciudad.

10.5 PLANEACION TURISTICA

10.5.1 Planes y programas de desarrollo.

“Desde la perspectiva de la planificación global, los planes sectoriales se constituyen en las estrategias para lograr los objetivos globales”⁴²

García señala además como instrumento de estas estrategias los siguientes; subsistemas de concentración:

- Convenios únicos, entre el ejecutivo y el gobierno que aseguren la ejecución de planes.
- Convenios de acción concertada. Requieren que la coordinación de turismo, efectúe reuniones con los presentadores de servicios para elevar la inversión.

⁴² GARCIA Op Cit. Pag 48

- Convenios de fomento turístico. Promueven la participación de organismos públicos y privados de la ejecución de planes.
- Convenios con otros países; establecen convenios para el mutuo desarrollo.

Subsistema de inducción, como los estímulos fiscales a los potenciales inversionistas en zonas de desarrollo aplicable al caso de la zona turística de Pozos Colorados.

Como estrategias de mercadeo la promoción comercialización, basados en la publicidad a través de los medios de comunicación, la promoción de ventas en agencias de viajes, tours, etc; e inclusive la promoción por la vía curricular con la implementación de la asignatura de turismo en colegios oficiales.

Las estrategias pueden estar representadas y contenidas en los planes - programas, desarrollados a nivel nacional y departamental, cada una de ella debe atender a las exigencias del momento, pero con una visión del futuro.

El desarrollo turístico de Santa Marta D.T.C.H., depende del impulso que los planes y programas le brinden,. es además el compromiso adquirido por las administraciones gubernamentales, que atiende al artículo 311 de la Nueva Constitución Política de 1991, según la cual: "Al Distrito como entidad gubernamental le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir el desarrollo de su

territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asigne la Constitución y las leyes⁴³

10.5.1.1 Proyectos de inversión 1989

Las necesidades que presentó el sector turístico en 1989, conllevó a la elaboración de una serie de proyectos de inversión encaminados hacia la construcción y remodelación en algunos casos de las infraestructuras existentes en la ciudad (véase tablas 9 y 10).

10.5.1.2. Planes y programas 1992 1994

Durante la administración del Alcalde Hugo Genneco Arregocés, en lo que concierne al ordenamiento territorial turístico se desarrollaron dos proyectos:

- Delimitación y adecuación del distrito turístico, y
- Diseño urbano / equipamiento turístico recreativo.

Se adopta y define la zona de desarrollo turístico, como el área localizada sobre la franja de playas entre Taganga y la Quebrada El Doctor, límite del micro distrito incluyendo el sector de El Rodadero.

⁴³ COLOMBIA. ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENT, Op Cit. P.116

TABLA 9. Proyectos de Inversión turística 1989

Nombre del proyecto	Clase de proyecto	Costo total (millones pesos)	Solicitud de inversión (millones de pesos)	Fuente de financiación (millones de pesos)
Paseo peatonal Rodrigo de Bastidas.	Final culminación o con recursos asignados parcialmente.	100	100	*CNT
Canal pluviométrico El Rodadero.		30	15	CNT
Restauración Casa de Madame Agustine.		80	60	CNT
Museo Bolivariano		23	23	CNT, Ministerio Obras Públicas.
Acueducto zona sur		300	-	-

*Corporación Nacional de Turismo.

Fuente: Necesidades turísticas del departamento del Magdalena, 1989. Las autoras.

TABLA 10. Otras necesidades Turísticas - 1989

Requerimiento	Costo total (millones de pesos)	Fuente de financiamiento)	Solicitud de financiamiento (millones de pesos)
Campaña de promoción de Santa Marta.	-	CNT	-
Financiamiento fiestas del mar.	175	Santa Marta, CNT, empresas privadas y locales	35* CNT
Definición usos de pozos Colorados.	-	-	-
Aporte al Fondo Mixto de promoción.	-	Varias	9.5
Acueducto zona sur de *Corporación Nacional de Turismo.			

* Corporación nacional de turismo.

Fuente: Necesidades turísticas del departamento del Magdalena, 1989. Las autoras.

La zona de playas localizadas al sur del Rodadero (Pozos Colorados), tiene grandes potencialidades por lo que se deduce su destino para el uso turístico. El Distrito turístico formará parte de la comuna No.8 correspondiente a Pozos Colorados, Aeropuerto, Piedra Hincada.

La adecuación de zonas turísticas y equipamiento recreativo responden a los programas de ordenamiento urbano del plan de desarrollo.

La reorganización institucional alude a los cambios en las entidades estrechamente relacionadas con el turismo, como anteriormente señalamos son: empresa de turismo de Santa Marta y Fondo Mixto de Promoción.

La estructura de su programa de Gobierno contempló a nivel turístico y recreacional las siguientes metas:

- Impulsar la zona franca turística de Pozos Colorados.
- Programas de rebajas tributarias para la industria hotelera.
- Programación de jornadas de recreación y deportes conocidas bajo el nombre: Caminemos al futuro, para la niñez.
- Introducir en los Colegios oficiales la cátedra turística, de singular importancia en lo que atañe a la capacitación del personaje humano, con la finalidad de lograr la optimización del trabajo para la industria sin chimenea".

El programa de gobierno, en su estructura contempló los siguientes planes:

- Plan de desarrollo turístico
- Plan vial y transporte
- Plan de servicios proyectos especiales
- Proyectos de promoción
- Proyectos sector rural

10.5.1.2.1 Plan de desarrollo turístico

Como plan dirige sus acciones hacia áreas:

- Ordenamiento territorial
- Reorganización institucional

La estrategia de reorganización involucra la creación de una sociedad de desarrollo, la cual tendrá una participación mayoritaria del sector privado, para darle una mayor agilidad administrativa a la toma de decisiones.

10.5.1.2.2 Plan vial y de transporte

La ejecución del plan se enfocó sobre el mejoramiento de usos, semaforización señalización, recuperación de vías alternas, etc. El costo total calculado del proyecto fue de \$33.944 millones.

10.5.1.2.3 Plan de servicios

La salud, educación, recreación y servicios públicos fueron los ejes de esta plan cuyo costo total estimado fue de \$80.000 millones de pesos.

10.5.1.2.4 Plan de proyectos especiales

Conformado por proyectos como: Mercado Central, terminal de transporte de pasajeros Rodadero - Gaira puesto turístico Santa Marta, Pozos Colorados, Parque Destrital entre otros; con un costo total de \$100.000 millones de pesos.

10.5.1.2.5 Proyectos de promoción

Se efectuó con el objetivo de darle oportunidad a las inversiones, el costo del proyecto fue de \$167.805 millones de pesos, (véase tablas 11 y 12).

10.5.1.3 Planes y programas 1995 - 1997.

10.5.1.3.1 Plan centro.

"El lanzamiento del plan centro de la actual administración del Alcalde Edgardo Vives Campo, 1995 - 1997, se produjo el 25 de marzo de 1995, en el auditorio del Sena; se identificó con el slogan: "para que nuestro pasado tenga futuro", señala entre otras, soluciones efectivas en materia vial, la restauración y remodelación de sitios y monumentos del centro histórico samario; así como la recuperación de espacios públicos y, por ende la reubicación de vendedores ambulantes y estacionales; la peatonalización de calles y carreras, la ampliación y señalización de vías, la construcción de parqueaderos, impulso al amoldamiento urbano y parque conjuntamente con el comité de Ornato y embellecimiento (CORE)"⁴⁴

⁴⁴ CHARRIS FONTANILLA, Javier. Presentan y lanzan plan centro. En: El Informador, Santa Marta (21 e marzo, 1995); p. 4A.

TABLA 11. Programas y proyectos de promoción

Programas: Turismo No 1	1 Taganga	2 centro	3 Playa	4 Rodadero	5 Pozos	6 Zona	7 Piedras	8 *V.I.S.
Áreas : Promoción	Playa Grande		Lipe	Gaira	Colorador	Franca Aeroport	Hincada	
No Proyectos								
1. Muelles marinas	•	•	•	•	•	•		
2. Parador Turístico	•	•	•	•	•	•		
3. Edificio Administrativo		•						
4. Servicios Turísticos	•	•		•	•	•		
5. Mercado Turístico	•			•	•	•		
6. Hoteles				•	•	•		
7. Apartahoteles				•		•		
8. Moteles					•	•		

* V.I.S. Vivienda de Interés Social

Fuente: Plan de desarrollo del distrito turístico cultural e histórico de Santa Marta. El Reencuentro, 1993.

TABLA NO 12. Flujo de Inversión del distrito 1993 - 2000 (en millones de pesos).

PROYECTOS - PROMOCIÓN	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1. Turismo	156	144	132	132	156	108	108	102
2. Espacio Público	312	288	264	264	312	216	216	204
3. Vivienda	585	540	495	495	585	405	405	382
4. Recreación	377	348	319	319	377	261	261	247
5. Servicios Comerciales	312	288	264	264	312	216	216	204
6. Serv. Industriales	39	36	33	33	39	27	27	25
7. Infraes. serv. púb.	1532	1248	1144	1144	1352	936	936	884
8. Vías y Transporte	221	204	187	187	221	153	153	145
9. Medio Ambiente	299	276	253	253	299	207	207	195
Resto Microdistrito:								
10. proyectos Especiales	4550	4200	3850	4550	3150	3150	3150	2975
11. Vías y Transportes	5950	5950	1890	1890	1890	1890	1890	4550
12. Servicios	2067	1908	1749	2067	1431	1431	1431	1352
13. Sector rural	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

Fuente: Plan de desarrollo del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, 1993.

Se espera que una vez se construya el muelle turístico en la bahía, la ciudad presente las atenciones la ciudad las atenciones al turismo internacional que se espera captar con el mismo.

Se planea igualmente la construcción de centros comerciales en esta zona y la edificación de la minicentral de transportes del norte. Para el camellón que ahora es habitado por antisociales, se plantea su recuperación, lo cual permitirá convertirlo en un sitio de esparcimiento para los samarios. Se piensa igualmente en una plaza de armas y sitios para juegos infantiles, además de la construcción de espolones para recuperar y ganarle terreno a la playa.

Se calcula que el costo del plan es de \$13 millones de pesos y se proyecta como una realidad en menos de tres años.

10.5.1.3.2. Plan concertado de acción turística

Este plan es una de las perspectivas que bajo los enfoques de concertación, planificación y sinceridad pretende dar solución a la problemática del balneario turístico de El Rodadero. Entre las estrategias se fijan las siguientes: el control de permisos a los vendedores ambulantes, medidas contra la inseguridad en las playas, peatonización de algunas vías en altas temporadas, alumbrado público, mejoramiento de los andenes, la prohibición del paso de cierto tipo de vehículo, aseo, etc.

10.5.1.3.3. Proyectos de promoción e internacionalización

Entre los principales proyectos de promoción turística se encuentra:

- El muelle turístico
- La zona franca turística de Pozos Colorados y,
- Los acuerdos internacionales.
- El muelle turístico. Con la adecuación de un muelle de cabotaje se pretende lograr la participación de la ciudad en los itinerarios de los cruceros. Para esto se cuenta con el apoyo de la sociedad portuaria de Santa Marta, sin embargo existe el requerimiento de una empresa operadora, para promocionar y vender los servicios turísticos. En un proyecto incluido en el plan centro y demanda una inversión de más de \$2.500 millones de pesos con los cuales no se cuenta hasta el momento.
- La Zona Franca Turística de Pozos Colorados. Las zonas francas nacen como instrumento de modernización dentro de las pautas de la ley 07 de 1991 sobre comercio exterior. "En línea generales las zonas francas industriales y de servicios son áreas geográficamente delimitadas del territorio nacional con el objeto primordial de promover y desarrollar la prestación de servicios en la actividad turística - alojamiento, agencias de viajes, restaurantes, organización de congresos, transporte, actividades deportivas, artísticas, culturales y recreacionales, entre otras destinadas al turismo al turismo receptivo y de manera subsidiaria al turismo nacional"⁴⁵

El proyecto de la zona franca de Pozos Colorados, (Véase Anexo D); que se desarrollaron con serios contra tiempos por las diferencias presentadas entre la administración distrital y la CNT propietaria del

⁴⁵ SAMPER Op Cit. TOMO I

lote, ante este hecho la primera tomó drásticas medidas para la extinción del dominio de las tierras, decisión que fue muy cuestionada por el Gerente de la Corporación Nacional de Turismo por considerar que el beneficio es para unos pocos. Durante el segundo semestre de 1994 se sometió a licitación pública la venta del Santamar Hotel y el Centro de convenciones, cerrándose la venta con una oferta de \$10.500 millones de pesos de la Fiduciaria Santander , quien cumplía con todas las exigencias legales.

Las perspectivas de la zona franca son las siguientes:

- Mejoramiento de la infraestructura de servicios turísticos.
- Creación de nuevos empleos.
- Servir como medio para facilitar la transferencia de tecnologías.
- Impulsar el desarrollo nivel regional.
- Promocionar el turismo como industria.
- Restauración de la imagen de la ciudad, departamento y el país internacionalmente.

“... de no ser posible el aumento de incentivos tributarios nacionales, el Gobierno Nacional debería a través de la Corporación Nacional de Turismo promover la creación de incentivos a nivel local, podrían ser la excepción del impuesto predial y la industria y comercio, lo cual haría más llamativa la inversión nacional e internacional en una zona franca turística”⁴⁶

⁴⁶ MAGDALENA. Documento de discusión para el diseño de políticas de turismo de la Costa Atlántica. foro apertura económica del desarrollo turístico en el departamento del Magdalena.

- *Acuerdo internacionales: Ciudades hermanas.* Para el año de 1983, mediante el decreto 014 de 31 de enero de ese año, se dió firmeza al Comité Santa Marta - Miami Beach, siendo el alcalde Rodrigo Pimienta, con el fin de estrechar vínculos y abrir las puertas para una mutua cooperación. "El programa de Ciudades Hermanas Internacional se fundó en 1956 con el objetivo de aumentar la comprensión internacional y promover la paz mundial por medio de más y mejor comunicación entre las gentes del mundo a nivel de afiliaciones entre ciudades"⁴⁷

Santa Marta - Varadero (Cuba). Según acta de hermana miento firmada el día sábado 29 de abril de 1995, con representación del Alcalde Edgardo Vives Campo; las ciudades antes citadas respondiendo a los lazos que los unen en materia turística y con el fin de afianzar un acercamiento, acuerdan: intercambiar información en salud, vivienda, cultura, educación, ciencia, turismo y en general todo el que pueda resultar benéfico para ambas ciudades.

Acuerdo de Cooperación turística: Colombia - España. Un convenio que contiene 10 artículos fue firmado entre los Ministerio de Comercio y Turismo de España, Javier Gómez - Narro y de Desarrollo Económico de Colombia en ese instante, Rodrigo Marín Bernal. Se pretende con este acuerdo el intercambio de investigación y la promoción turística, a través del desarrollo de acciones como las siguientes:

⁴⁷ DA DAVILA, Patricia. Ciudades Hermanas. En: Revista Cámara de Comercio de Santa Marta. No.7 (junio, 1983); p. 17.

- Evaluación de la posibilidad de negociar a partir de las misiones internacionales.
- Programas de mutua cooperación que impliquen desarrollo turístico.
- Cooperación en el rescate de patrimonios históricos.
- Intercambiar información jurídica sobre turismo.
- Promoción de la oferta turística, entre otras.

10.6 PARTICIPACIÓN EN EL PIB. EMPLEO

La participación en el PIB (Producto Interno Bruto) que de demostrada a través de la demanda nacional e internacional antes mencionadas, consagrando al sector turístico como generador de divisas. En Santa Marta se generan además un sin número de empleos directos, los cuales corresponden a:

- Hoteles: como personal administrativo y de oficios varios desempeñándose en cargos de gerentes, administradores, jefes de departamentos, supervisores, camareras, botones, vigilantes, aseadores, etc.
- Restaurantes y Similares: Personal administrativo y de oficios varios.
- Agencias operadoras de turismo y excursiones: como personal administrativo, guías, lacheros, choferes, etc.

- Casinos y discotecas: personal administrativo y especializado en el manejo de equipos, bares y juego de azar, además del personal de oficios varios.
- Almacenes de artesanías típicas.
- Empleados en monumentos históricos, instituciones culturales y otros lugares pertenecientes al inventario turístico en oferta.

Los anteriores establecimientos generan trabajos de carácter permanente y temporal, como se puede apreciar en los cuadros a partir de los datos obtenidos en 25 hoteles y 20 restaurantes de la ciudad. (Véase Tabla 13 y 14).

Indirectamente se favorecen otras ocupaciones como son:

- Servicio de transporte, especialmente el particular.
- El comercio informal, del cual podemos afirmar que crea también posibilidades para personas con baja calificación; hombres, mujeres y niños, es así como también se ha desarrollado este comercio que hace su agosto con el arribo de los turistas; se observa sobre todo en los balnearios de la ciudad, los vendedores de frutas, comidas rápidas, vestuario o implementos para la playa, dulces, refrescos, bebidas alcohólicas, etc. De los cuales se pueden contar aproximadamente 70 personas con carros estacionarios entre lunes y viernes sin incluir los que deambulan, sobre los camellones de El Rodadero y la bahía, número que se incrementa considerablemente durante los fines de semana y aún más si se trata de una temporada alta.

TABLA 13. Empleos directos generados en 25 hoteles de Santa Marta D.T.C.H. - 1995

ESTABLECIMIENTO	EMPLEOS	
	Permanentes	Temporales
Irotama	190	0
Santamar	165	0
Tamacá Decamerón	70	0
Decamerón Galeón	174	0
El Rodadero	16	0
La Riviera	32	10
La Sierra	45	1
Arhuaco	50	0
Yuldama	16	0
Panamerican	16	4
Edmar	18	0
Mar Azul	7	3
Betoma	12	10
Taybo	10	1
Sol Hotel Inn	6	0
Ballena azul	24	5
Maracaibo	3	0
Park Hotel	20	4
Valladolid	15	4
Andrea Doria	4	0
Español	5	3
Ubi	4	6
Mansión del Mar	4	3
Rocamar	4	0
Andrea Doria No. 2	10	2
TOTAL	920	56

Fuente: Las autoras

Tabla 14. Empleos directos generados en 20 restaurante de Santa Marta D.T.C.H. 1995

RESTAURANTE	EMPLEOS
La Sierra	6
Mambiar	20
Yuldama	4
Betona	4
Park Hotel	4
Ballena Azul	5
El Turista	6
Olímpico	10
Mi Casita	6
Rancho Alegre	8
Flabbius	20
Donde Rafa	4
Sabrosy	4
El Pueblito Paisa	4
El Chocolo	9
Sabrosy Asadero No 2	15
El Pibe	3
Los Pollitos Dicen	10
Karey	8
El Delfín	6
TOTAL	156

Fuente: Las Autoras.DANE

Según el censo realizado por la Secretaría de Gobierno del Distrito, registró un total de 865 vendedores entre los ambulantes y estacionarios. Los requisitos que éstos deben cumplir para su carnetización según la oficina de Licencias y Permisos son los siguientes:

Para expendedores de comidas rápidas:

- Carnet de manipulador de alimentos de la Secretaría de Salud.
- Certificado judicial.
- Cédula de Ciudadanía
- Examen de sangre y pulmón
- Dos fotos
- Una solicitud dirigida al jefe de Licencias y permisos en la Secretaria de Gobierno Distrital.
- Una carpeta

Para vendedores de implementos, vestuarios y otros objetos, se necesitan los mismos requisitos anteriores menos el carnet de manipulador de alimentos. Los carnets deben ser renovados cada año. Es preciso controlar éstos permisos para evitar que ocurra la mismo que en la temporada de diciembre de 1994, otorgándoseles a casi 2.000 vendedores ambulantes que ocasionaron el acoso a los turísticas que llegaban a la ciudad precisamente con el ánimo de descansar.

En cuento a los empleos directos generados en el sector turístico, la distribución de población ocupada por posición ocupacional y rama de actividad económica para 1990 en el Magdalena, generada por el comercio, restaurantes y hoteles fue de 97-719 empleados, según

boletín de esta diáticas No.436 del DANE. Para ese mismo año la tasa de desempleo (5) fue de 10.2 y la población en edad de trabajar 75.2.

Para 1995 en un total de 25 hoteles se generan 976 empleos directos.

Los empleos generados por proyectos para 1992 - 1994 fueron de 8.035.119 hombres / día (véase tabla 15).

De acuerdo a los datos registrados por el censo de 1993 para el Magdalena, el 55.5% de la población está económicamente activa, mientras que el 1.1% corresponde a pensionados y jubilados.⁴⁸

El comercio local y los servicios son los grandes generadores de empleo. En 4.414 establecimientos de comercio se encuentran ocupadas 10.274 personas y en 2.811 de servicios se emplean 14.180 personas.⁴⁹

⁴⁸ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS.
Magdalena. Población Censada 1993. P.42

⁴⁹ ALCALDIA DISTRITAL. Op Cit. Tomo I

TABLA 15 Empleos generados por proyectos.

Proyecto	Empleos Hombres/Día
Vial y de Transporte	678.470
Servicios	1.550.788
Proyectos Especiales	1.938.485
Promoción	3.252.875
Sector Rural	614.500
TOTAL	8.035.119

Fuente: Plan de Desarrollo del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, 1993.

11 EL TURISMO RECREATIVO

La recreación, como anteriormente mencionamos nace con el hombre, y se constituye como una actividad propia de la inacción, que entre otras es un derecho constitucional. "El bienestar y el mejoramiento de las condiciones de vida de los colombianos es una preocupación primordial del Estado. Entre las condiciones básicas para el desarrollo social, además del alimento, la vivienda y el trabajo, está en el derecho al descanso y la recreación de los ciudadanos⁵⁰ .

El esparcimiento y las vacaciones favorece la utilización al máximo del tiempo libre para los grupos familiares y sociales, se debe tener fácil acceso a la diversión y el descanso para fortalecer el desarrollo humano integral.

Al igual que el turismo planificado también tiene que atravesar muchos obstáculos para su realización, sobre todo a la hora de obtener recursos para el mismo.

⁵⁰ Op Cit. Tomo I

11.1 PROBLEMÁTICA DEL TURISMO RECREATIVO

Algunos de los problemas que presenta el turismo recreativo y sobre los cuales se deben trabajar son:

Implementación de escenarios para llevar a cabo este tipo de turismo.

Lograr la participación activa de empresas privadas para la implementación de eventos populares.

Lograr la inclusión de programas de recreación dentro de la elaboración de los planes de desarrollo.

Cocientatización estatal del carácter de obligatoriedad de la recreación.

11.2 OFERTA Y DEMANDA RECREATIVA

La falta de mantenimiento de los centros de recreación también debe ser considerado como problema, al no encontrarse estos en funcionamiento no se puede cubrir la demanda local, para lo cual entidades como la administración distrital y Coldeportes debe colocar su granito de arena para solucionar esta anomalía. El equipamiento urbano tampoco da abasto para proporcionar la recreación adecuada para los habitantes de Santa Marta, las necesidades de equipamiento urbano por comunas registradas en 1993 fueron las siguientes (véase Tabla 16).

TABLA 16 . Demanda de Equipamiento para Recreación

Columna	Número de Vivienda		Equipamiento Recreativo
	1992	2002	
1	7.885	8.902	6-8-9
2	3.932	4.267	2-3-7-8
3	11.204	11.818	6-8-9
4	7.249	8.935	6-7-8
5	5.978	7.040	1-2-3-9
6	4.186	6.076	1-2-3-9
7	5.312	6.600	3-4-6-7-8-9
8	1.855	5.603	3-6-8-9
TOTAL	47.591	59.201	85525

1. Bancas
2. Cancha Múltiple
3. Juegos Infantiles
4. Senderos
5. Canchas deportivas
6. Biblioteca y sala común
7. Parqueaderos
8. Complejos deportivos y recreacionales

Fuente: Plan de desarrollo del distrito turístico cultural e histórico de Santa Marta 1991.

En cuanto a la oferta recreacional, existen en la ciudad empresas especializadas en la organización de planes para grupos de: estudiantes, trabajadores, pensionados, cooperativas, fondos de empleados, asociaciones, con los siguientes itinerarios:

De Santa Marta a: (precios por Persona)

El acuario: \$ 2.200

Estudiantes de primaria

Estudiantes de bachillerato

Pueblito arrecife y cañaveral: \$12.500

Incluye transporte, almuerzo y guías.

Crucero Rodadero - Taganga: \$16.000

Incluye transporte, entrada al acuario y almuerzo

Crucero ciénaga Grande: \$16.000

Incluye transporte y refrigerio

11.2.1 Eventos Recreativos

Por el legado tradicional costeño, caracterizado por la jocosidad y la rumba, bien podrían ser aprovechados los conciertos para proporcionar distracción y relajamiento a los samarios. Para la realización de este tipo de espectáculos hay que concientizar a los habitantes de Santa Marta en el sentido del respeto que se debe tener por los artistas, pues en varias ocasiones se han llevado una mala impresión por el mal comportamiento del público. Cuando este tipo de eventos se realizan en recintos cerrados como el estadio o la villa olímpica hay que tener cuidado con el sobrecupo, a fin de evitar desgracias. La administración

Distrital debe apoyarse para financiar estos proyectos en la buena fe de las empresas privadas para su organización.

Las tradicionales fiestas del mar, que sirven no solo como recreación sino como medio de promoción internacional de la ciudad, se redujo en 1995 a un suceso llamado: Los primeros juegos náuticos deportivos nacionales, sin el acostumbrado reinado. La causa de esta disposición es el poco interés de la empresa privada y la difícil situación por la que atraviesa la ciudad. Las mencionadas competencias se realizaron del 17 al 20 de Agosto. con la representación de delegaciones procedentes de Barranquilla, Cartagena, Valledupar, Cali, Medellín, Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Ibagué, Santa Marta. El certamen comprendió concursos de pesca, natación voleibol de playa, hockey, regatas etc.

Los carnavales, aunque no gozan del prestigio del carnaval de Barranquilla se constituye en un hecho recreativo.

Cada año durante cuatro días los samarios se entregan al derroche, disfrutando al máximo de las batallas de maicena, flores, las comparsas y las reinas populares, etc.

11.2.1.1 Escenarios Recreativos

La disposición de los escenario recreativos de la ciudad no respondió a un seguimiento urbanístico, los eventos se concentran alrededor de el polideportivo, la villa olímpica, el estadio y el camellón Rodrigo de Bastidas.

La extensión de estos predios de acuerdo al Instituto Geográfico "Agustín Codazzi" es la siguiente:

Polideportivo. Número del lote 01-2-321-001, ocupa un área de 9.5482 hectáreas.

Villa olímpica. Número del lote 315-001, dimensión del predio 5.292 metros cuadrados.

Estadio Eduardo Santos. Número del lote 01-2-314-001, presenta una extensión de 2.5270 hectáreas.

Paseo Rodrigo de Bastidas, longitud 1.37 Kms.

11.3 USO DEL SUELO RECREACIONAL Y DE PARQUES

Comprende la distribución de las áreas destinadas a la recreación bien sea pública o privada y atendiendo a la conservación del medio ambiente, estas son:

Grupo 1. Recreacional y parques de nivel nacional. como son el Parque Tairona, la Sierra Nevada y Playas.

Grupo 2. Recreacional y parque de nivel distrital. Como por ejemplo la Quinta de San Pedro Alejandrino.

Grupo 3. Recreacional y parque de nivel urbano. Como el polideportivo.

Grupo 4. Recreacional y parques de nivel comunal. Las que hacen de los barrios y comunas.

11.4 ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL

Las empresas que trabajan directamente por la recreación son: CAJAMAG, PROSOCIAL, Y COLDEPORTES. "En lo referente a las cajas de compensación familiar, a través de las cuales se canaliza el 87% del turismo social en el país. Sin perjuicios a las importantes labores realizadas por el sistema de compensación en este campo, es importante resaltar que el esquema no ha alcanzado a satisfacer las expectativas sobre el desarrollo de un turismo masivo⁵¹ .

11.4.1 Cajamag

Entidad que presta servicios de asistencia social a los trabajadores del Magdalena, funciona con el aporte del 4% mensual de la nomina de las empresas. La proyección de los servicios hacia las familias de los afiliados permite la implantación de actividades como: deportes, novena de aguinaldos, y turismo social.

Durante 1994 se realizaron competencias deportivas de fútbol, microfútbol, atletismo, baloncesto, voleybol.

⁵¹ Ibit Tomo I.

– Centro recreacional Teyuna. Proyecto que viene siendo desarrollado por Cajamag, sobre un perímetro de 10 hectáreas, un contorno del corregimiento de Gaira, su costo es de \$2.658.574.620=. La caja de compensación además de sus servicios médicos y apoyo a la canasta familiar a través de los subsidios, se vinculó aún más al desarrollo de la recreación en el departamento y especialmente en el Distrito con este centro recreacional.

Mediante resolución No 0527 de septiembre de 1995 se autorizó la construcción, ubicada a cinco minutos del Rodadero. Su primera etapa se construirá con un costo de \$1.656.930=, la cual contará con: piscinas, parqueaderos canchas de fútbol, establecimientos de comidas rápidas, 40 cabañas, un lago artificial, cancha de fútbol, softbol, vías peatonales, etc.

El Proyecto hace alusión al "Salto Social", brindando recreación a la población de bajos recursos económicos.

La financiación esta a cargo de Cajamag y una entidad bancaria de la ciudad.

Según el balance realizado en 1994, Cajamag brindó recreación a 602 afiliados de Magdalena. La afiliación no solo es para esposa e hijos, sino para los padres de los trabajadores en el club Arhuaco, al cual pertenecen las personas mayores de 55 años. Las actividades realizadas comprenden: juegos, manualidades, etc.

Mediante un programa especial se les proporcionó a los niños de Mamatoco, Bolívariana, Villa Aurora, 17 de diciembre, Minca y Puerto Mosquito, la novena de aguinaldos para cumplir con las festividades desembrinas.

El turismo social se manifestó por medio de tours realizados en sitios como Cartagena, San Andrés, Cali, La Guajira para beneficio de 220 personas.

11.4.2 Prosocial

Nombre con el cual se conoce a la Entidad Promotora de vacaciones y Recreación Social; de Carácter estatal, vinculada al Ministerio del Trabajo Seguridad Social; creada por el decreto 1250 del 28 de junio de 1974. En el gasto público social total entre 1986 y 1990 representó \$1.877 millones.

Su principal objetivo es programar vacaciones y recreación para el trabajador y su familias.

Los afiliados a prosocial pueden ser por ley y voluntarios, los primeros aporten tres días de su prima de vacaciones; los segundos pueden ser trabajadores del sector público o privado, los cuales cancelan el 20% de su sueldo mensual quedando afiliados a partir del momento del pago por un año.

Los pensionados por el Estado que hayan sido empleados oficiales, son afiliados gratuitos presentando únicamente una certificación de su pensión.

Los requisitos de Afiliación a prosocial son:

- Llenar un formulario de solicitud.
- Cancelar el 20% del sueldo mensual por una vez al año.
- Certificación de asignación básica mensual.
- Si se es trabajador independiente, además de lo anterior debe presentar fotocopia de la última declaración de renta.

Las empresas de carácter público o privado que afilien voluntariamente a sus empleados, deberán cancelar el 10% de la nómina mensual por una sola vez al año.

Las personas de entidades privadas podrán ser afiliados si cumplen con las siguientes disposiciones:

- Llenar un formulario de solicitud.

- Desprendible de pago de la pensión.
- Cancelar el 10% del valor recibida por pensión una vez al año

El afiliado a PROSOCIAL que se desplacen en comisión de servicios y se aloje en las Seccionales de la empresa, en baja temporada, tendrá derecho a pagar por concepto de alojamiento el valor de un cupo.

Los afiliados por ley que contraigan matrimonio tendrán derecho disfrutar gratuitamente de siete (7) días de alojamiento con su cónyuge en cualquiera de las Seccionales de Servicio de la entidad, siempre y cuando y se haga uso de este servicio dentro de los treinta (30) días siguientes a la celebración de la boda y su utilización se realice en baja temporada, para lo cual deberá anexar los documentos que acrediten el matrimonio.

Cuando el grupo familiar incluya niños menores de 10 años, éstos tendrán descuentos del 50% en el servicio de alojamiento, y los niños menores de dos (2) años tendrán alojamiento gratuito.

Por el aporte cancelado los afiliados a PROSOCIAL podrán disfrutar de las excursiones y alojamiento a precios módicos, gozar de los sistemas de crédito y descuentos entre el 25% y 50% en baja de temporada. Los

servicios cobijan a la familia del afiliado así: Si es casado, padres, cónyuges e hijos menores de 21 años. Si es soltero, sus padres y hermanos menores de 18 años.

“Por esta razón PROSOCIAL, está presente en todo el país, en los lugares más importantes, brindando recreación y turismo social a todos los colombianos, sin excepción. Queremos invitarlo a que participe de la oportunidad de una Colombia grande y única. Viaje con prosocial económicamente. Disfrute a sus anchas con nosotros. Somos el turismo Social de Colombia”⁵².

11.4.3. Coldeportes

Nombre que corresponde al Instituto Colombiano del Deporte. Con respecto a esta Institución señalaremos los artículos más importantes de la Ley 181 del 18 de enero de 1995 (Ley del Deporte).

“Art. 23. En cumplimiento del artículo 21 de la Ley 50 de 1990, las empresas con más de 50 trabajadores programarán eventos deportivos, de recreación, culturales y de capacitación directamente, a través de las cajas de compensación familiar con convenio de entidades especializadas.

Las cajas deberán desarrollar programas de fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la participación comunitaria para los trabajadores afiliados. Para los fines de la presente Ley, las cajas de compensación familiar darán prioridad a la

⁵² Prosocial Somos el Turismo Social de Colombia. Folleto.

celebración de convenios con el Instituto Colombiano del Deporte Coldeportes y con los entes deportivos departamentales y municipales.

Art. 24. Los organismos que integran el Sistema Nacional del Deporte fomentarán la participación de las personas con limitaciones físicas, sensoriales y psíquicas en sus programas de deportes, recreación, aprovechamiento del tiempo libre y educación física orientándola a su rehabilitación e integración social, para lo cual trabajarán conjuntamente con las organizaciones respectivas: Además promoverán la regionalidad y especialización deportiva, considerando los perfiles morfológicos, la idiosincrasia y las tendencias culturales de las comunidades.

Art. 75. El Instituto Colombiano del Deporte Coldeportes, como organismo del orden nacional, contará;

1. Además de los recursos que destine la nación para los gastos de funcionamiento inversión de Coldeportes, el Gobierno destinará los recursos provenientes del impuesto al valor agregado I.V.A., correspondiente a los servicios de restaurantes y cafeterías, hoteles y demás establecimientos de alojamientos, servicios de diversión y esparcimiento, actividades de discoteca, salas de baile y centros similares, revelado, estudios fotográficos y fotocopias”.⁵³

Art. 67. La Junta Directiva está conformada por:

⁵³ COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. COLDEPORTES. Ley 181 de enero de 1995.

- Un miembro de las ligas deportivas.
- El Gobierno o su representante.
- Un representante del director nacional de Coldeportes.
- Un representante de los entes deportivos municipales.
- Un representante del sector educativo departamental.

Según el acta 66 son funciones de Coldeportes:

1. Estimular de la Constitución Política, la presente Ley y las demás normas que lo regulen.
2. Coordinar y desarrollar programas y actividades que permitan fomentar la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre en el territorio departamental.
3. Prestar asistencia técnica y administrativa a los municipios y a las demás entidades del Sistema Nacional de Deportes en el tránsito de su jurisdicción.
4. Preparar y aprobar en lo de su competencia en el plan departamental por el desarrollo del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.
5. Participar en la elaboración y ejecución de programas de cofinanciación, ampliación y mejoramiento de las instalaciones deportivas de los municipios.

6. Promover, difundir y fomentar la práctica de la educación física, el deporte y la recreación en el territorio departamental.
7. Cooperar con los municipios y las entidades deportivas y recreativas en la promoción y difusión de la actividad física, el deporte y la recreación y atender a su financiamiento de acuerdo con los planes y programas que aquellas presenten.⁵⁴

11.5 PLANES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO

El Gobierno Nacional en unión con las cajas de compensación y las entidades del gremio turístico, serán las responsables del desarrollo y promoción del turismo social y la recreación popular.

“La Red Nacional de Turismo, será el mecanismo más propicio para ofrecer programas ventajosos, especialmente en temporadas bajas, a la población juvenil, estudiantil y la tercera edad, vinculando una amplia gama de servicios recreativos y turísticos ya existentes en el país.”⁵⁵

Los proyectos de inversión en recreación para los años de 1989 a 1994 fueron los siguientes (Véase Tabla 17 y 18).

⁵⁴ Obit Ley 181, enero 18 de 1995

⁵⁵ Samper OP Cit Tomo I.

TABLA 17 Proyectos de Inversión en Recreación 1989.

Nombre del Proyecto	Clase del Proyecto	Centro total (en millones de pesos)	Solicitud de Inversión (En millones de pesos)
Teatro del Mar Remodelación	De final culminación asignados parcialmente	\$20	\$20
camellón Rodrigo de Bastidas	De apoyo institucional	\$279	\$20
		\$150	

Fuente: Necesidades turísticas del departamento del Magdalena 1989.
Las autoras

TABLA 18. Programas y Proyectos de Promoción 1993.

Programa: Recreación No 4	1	2	3	4	5	6	7	8
	Taganga Playa Grande	Centro	Playa Lipe	Rodadero Gaira	Pozos Colorad os	Zona Franca Aeropot	Piedra Hincada	* V.I.S.
Area Promoción								
No. Proyectos								
1. Parque recreacional	•	•						•
2. Espacios abiertos		•		•				•
3. Recreación natural	•		•					
4. Complejos recreacionales				•	•		•	
5. Zonas verdes		•		•	•		•	•
6. Complejos o canchas deportivas		•			•		•	
7. Casinos					•			
8. Bosques naturales	•		•				•	
9. Centros acción comunal								•

* V.I.S. Vivienda de Interés Social

Fuente: Plan de desarrollo del distrito turístico, cultural e histórico de Santa Marta, 1993.

12 RECOMENDACIONES

Después de realizado el presente diagnóstico, las autoras del mismo nos permitimos hacer las siguientes recomendaciones a la administración distrital y entidades al cuidado del desarrollo del turismo planificado y recreativo:

- Elaborar un programa de mejoramiento de las estadísticas turísticas.
- Establecer bancos de proyectos de inversión, a fin de facilitar la asignación de recursos.
- **Promocionar** a Santa Marta D.T.C.H. a través de los diferentes medios de comunicación.
- Prohibir la destrucción de escenarios deportivos, en su lugar incentivar la creación y mantenimiento de las estructuras existentes.

A las directivas de nuestra alma mater le recomendamos:

- La ampliación curricular para dar cobertura a la asignatura de Hotelería y Turismo, con el objetivo de capacitar profesionales en ésta área, y producir recursos humanos para la misma.

13. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos e informaciones consultada se deducen como conclusiones las siguientes:

- El actual estado que presenta el turismo planificado es de muy lenta recuperación; el turismo recreativo por su parte, manifiesta un descuido generalizado, que responde a la falta de concertación y políticas concretas de la administración distrital, el gremio turístico y la escasa participación de la empresa privada, tanto en el aspecto financiero como en la toma de decisiones.
- Se requiere mayor inversión en infraestructura urbana y turística que permita al Distrito cubrir la demanda local, nacional e internacional de los servicios turísticos con mayor eficiencia.
- Existe subexplotación de recursos como en el caso de algunas playas ubicadas en los alrededores de Santa Marta, Minca, Parque Isla de Salamanca y Ciénaga Grande. Y la sobreexplotación de otros como por ejemplo:

El Parque Tayrona, El Rodadero y la Quinta de San Pedro Alejandrino, llegando en ocasiones sobre todo en los balnearios al punto de hacinamiento, lo cual es perjudicial para la imagen turística de la ciudad.

- La presentación de los servicios públicos es delicada, ya que según la muestra (n= 96 turistas), éstos ameritan en su mayoría el calificativo de regulares o muy deficientes.
- La población de visitantes la conforman en gran parte turistas nacionales procedentes especialmente de la ciudad de Barranquilla, Santafé de Bogotá, Medellín y Bucaramanga. El turismo Internacional ha mermado por efecto de la publicidad negativa que tiene el país.
- Se constata la existencia del turismo de olla que generalmente se presenta en los fines de semana y la hotelería paralela; formando parte de las amenazas del turismo planificado.
- El Principal móvil de realizar turismo en Santa Marta es la finalidad de lograr reposo y descanso de la rutina diaria de las personas.
- La evaluación de la competitividad turística resultó muy favorable. A los ojos de nuestros visitantes la ciudad tiene mucha materia prima para así ofrecer.

- Los índices de estacionalidad más altos se presentan en Semana Santa, mitad y fin de año. De acuerdo a ésto se deben diseñar estrategias que permitan a la infraestructura de la ciudad dar cabida a la gran demanda para éstas temporadas.
- Los principales proyectos de promoción e internacionalización que se están desarrollando en la actualidad son los acuerdos entre Colombia - España, las ciudades hermanas, muelles turísticos y la zona franca turística de Pozos Colorados.
- El turismo social - recreativo se constituye en el principal modo de proporcionar distracción a las clases populares, muy particularmente a los afiliados de Cajamag y Prosocial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCALDÍA DISTRITAL. Plan de Desarrollo para el distrito turístico, cultural e histórico de Santa Marta. El Reencuentro, Santa Marta, 1993. Tomo I y II.

BRICEÑO JAUREGUI, Hugo y BRICEÑO JAUREGUI, Manuel. Colombia. Consultor temático: Planeta, 1991. Tomo I, 170 P. ISBN 958-614.345-7.

CARDENAS TABARES, Favio. Comercialización del turismo. De terminación y análisis de mercados. México: Trillas. 1986, 149 p.

CÁMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA. Entre la actitud positiva y un ministerio. En: Revista Cámara de Comercio de Santa Marta. Año 8, No 17 (Abril/Mayo, 1988); p.24.

COLOMBIA ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución Política de Colombia. Barranquilla: Dovel, 1991. 164 p.

COLOMBIA DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Las estadísticas sociales en Colombia: El autor 1993; 869 p.

----- MAGDALENA. Población Censada 1993. p. 42

COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. COLDEPORTES. Ley 181, Enero 18 de 1995.

COLOMBIA MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO.
CORPORACIÓN NACIONAL DE TURISMO. Guía turística.
Santa Marta. Mayr y Cabal.

----- Magazín turístico. Oficial Skal Voice of Santa Marta. La mejor vitrina de Santa Marta. Vol. V. Banco de datos.

----- Banco de datos.

COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Decreto 2154 de diciembre 30 de 1992. Santafé de Bogotá: El Ministerio, 1992; p.1-2.

-----SAMPER PIZANO, Ernesto. El turismo: Sector estratégico de desarrollo nacional. Santafé de Bogotá: El Ministerio, 1991. Tomo I.

COLOMBIA. MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.
INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTÍN CODAZZI. Diccionario Geográfico de Colombia. Santafé de Bogotá: El Ministerio 1980. Tomo II p. 1532.

-----Magdalena. Características geográficas. Santafé de Bogotá: El Ministerio 1993, p. 89.

CORPORACIÓN NACIONAL DE TURISMO. ETURSA. FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN. Mapa guía Santa Marta, El Rodadero y alrededores.

COLON ROJAS, Armando. Parque Tayrona. En: El Informador. Santa Marta (2, junio, 1993) p. 5B.

CHARRIS FONTANILLA, Javier. A propósito del fin y comienzo del año: Así afronta Santa Marta la gran temporada turística. En: El Informador, Santa Marta (19 dic. 1994) 18 p.

-----Presentan y lanzan plan centro. En: El Informador, Santa Marta (21, marzo 1995).

DE DAVILA, Patricia. Ciudades Hermanas. En: Revista Cámara de Comercio de Santa Marta. No. 7 (junio, 1983); p. 26.

- FUENTES MANJARRES, Manuel. Comportamiento de algunos sectores de la economía de Santa Marta. En: Revista Cámara de comercio de Santa Marta. Año 10, 22 (agosto 1990); p. 9
- GARCÍA VILLA, Adolfo. Planificación y evolución del turismo. México: Limusa. 1984, 98 p.
- GETINO, Octavio. Turismo y Desarrollo en América Latina. México: Limusa. 1987, 181 p.
- GUTIÉRREZ DUCONS, Juan Luis. Estadística Matemática. Barcelona: Donado 1987, 185 p.
- JIMÉNEZ GUZMAN, Luis Fernando. Teoría turística. Hotelería y turismo. Santafé de Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1990, p. 223.
- LINERO, Eliecer. Proyección turística del Magdalena. En: Revista lo mejor (noviembre, 1994); 18 p.
- MAGDALENA. Documento de Discusión para el diseño de políticas de turismo en la Costa Atlántica. Foro apertura económica del desarrollo turístico en el departamento del Magdalena, 1992.
- ORELLANO, José. Concentración y Sinceridad para planificar El Redadero. En: El Heraldillo. Barranquilla (29, enero, 1995); p. 6B.
- PINTO, Aremilde. en busca del desarrollo. En: Revista lo mejor (noviembre, 1991) 18 p.
- PROSOCIAL. Somos el turismo social de Colombia. Folleto.
- ZOCARRAS ZUÑIGA, Carlos Augusto. Convertir muelle de cabotaje en turístico. En: Hoy diario del Magdalena, Santa Marta (25, mayo, 1995) 16 p.
- MEMORIAS PRIMER CONGRESO NACIONAL DE ECOTURISMO. Santa Marta, Junio 2-4 de 1994.

ANEXOS

A. FORMULARIO DE ENCUESTAS

DIAGNOSTICO DEL TURISMO PLANIFICADO Y RECREATIVO EN EL
DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

ENCUESTA

1. DATOS PERSONALES:

1.1. Sexo: Masculino +

Femenino _____

1.2. Edad: 19 Años

1.3. Estado Civil: Casado _____

Soltero + Viudo _____

2. INFORMACIÓN GENERAL - PERFIL DEL VISITANTE

2.1. Lugar de procedencia: Ciudad _____

País _____

2.2. Cuanto tiempo tiene planeado permanecer en la ciudad?

- menos de una semana ____

- 1 o 2 semana _____
- 3 semanas o más _____

2.3. Cual es el motivo de su viaje?

- Negocios _____ Salud _____
- Descanso _____ Visita a familiares _____
- Otro cuál? _____

2.4. Lugar dónde se hospeda:

- Hotel _____
- Casa de amigos o familiares _____
- Otro, cuál? _____

2.5. De los sitios turísticos, culturales, históricos o recreativos de la ciudad conoce:

- Aún no conoce la ciudad _____
 - Algunos _____
 - Casi todos _____
 - Mencione el que más le agradó: _____
- _____

2.6. Considera usted que la ciudad puede competir internacionalmente con el turismo?

Si _____ No _____

Por qué? _____

2.7. Cómo calificaría los servicios públicos de la ciudad?

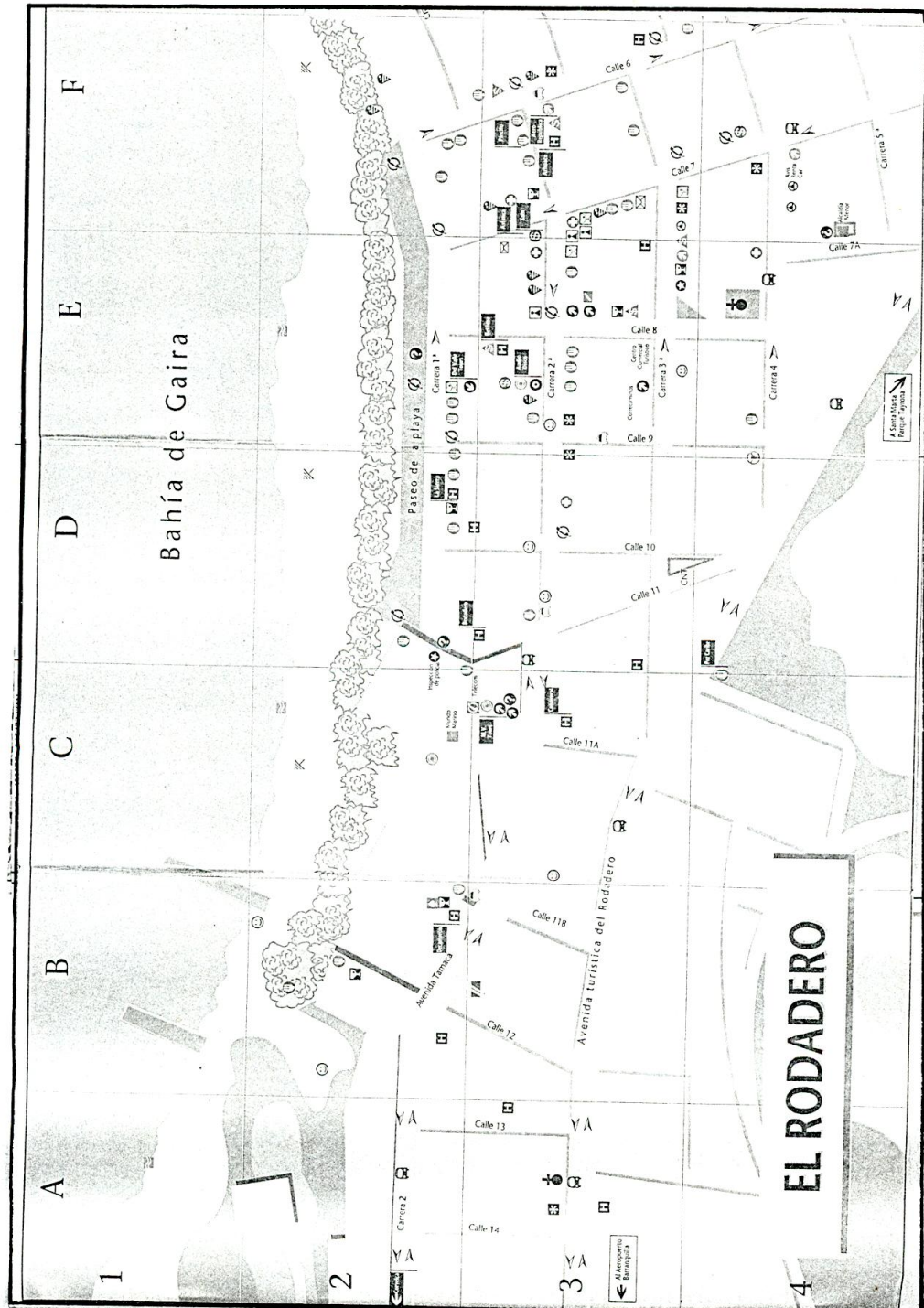
- Son buenos _____
- Son Regulares _____
- Son muy deficientes _____

GRACIAS

[illegible]

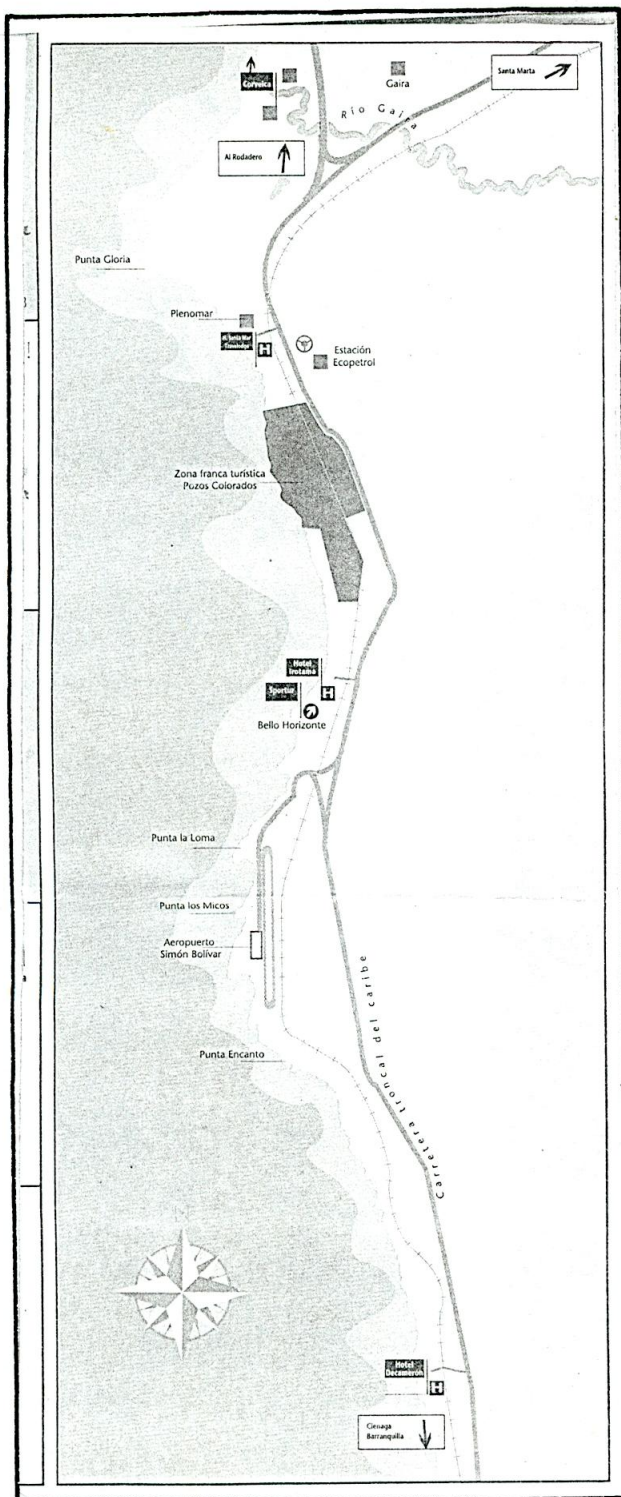
FUENTE: Mapa guía Santa Marta, El Rodadero. Etursa

ANEXO C. Plano de El Rodadero



FUENTE: Mapa guía Santa Marta, El Rodadero. Etursa

ANEXO D. Ubicación geográfica de la Zona Franca de Pozos Colorados



FUENTE: Mapa guía Santa Marta, El Rodadero. Etursa